СКРИПТ – ЭТО КОСТЫЛЬ.

Настоящая продажа – это разговор.

Скрипт – это попытка заменить понимание заученной фразой. Клиент чувствует это мгновенно. Он слышит робота, а не человека, которому можно доверять. И перестаёт слушать.

Лучшие продавцы не читают скрипты. Они задают правильные вопросы, слушают ответы и предлагают решение – конкретное, для этого человека, прямо сейчас.

Продажи без скриптов – это не «продавать без структуры». Структура есть. Но она живая: понимание клиента, логика разговора, уверенность в продукте. Именно это закрывает сделки.

КАК РАБОТАТЬ С ЭТИМ ВОРКБУКОМ

1. Четыре блока – четыре фундамента живых продаж.
2. Каждое задание – это практика, а не теория. Выполняй, не читай.
3. Разбирай реальные разговоры – не придуманные.
4. После каждого блока – тест на реальных переговорах.
5. Если «и так знаешь» – назови конверсию своих встреч за прошлый месяц.

> *Продажа – это не убеждение. Это помощь человеку принять решение, которое уже созрело внутри него. Твоя задача – помочь ему это увидеть.*

ЗАЧЕМ ТЫ ЗДЕСЬ

Прямо сейчас. Честно.

СКОЛЬКО ВСТРЕЧ / ПЕРЕГОВОРОВ Я ПРОВОЖУ В МЕСЯЦ:
Не «примерно» – точная цифра.

КАКОВА МОЯ КОНВЕРСИЯ ВСТРЕЧА → ПРОДАЖА (%):
Сколько из 10 встреч заканчиваются оплатой?

НА КАКОМ ЭТАПЕ Я ТЕРЯЮ БОЛЬШЕ ВСЕГО КЛИЕНТОВ:
Возражения? Цена? Не перезванивают? Думают и исчезают?

ЧТО ИЗМЕНИТСЯ, ЕСЛИ КОНВЕРСИЯ ВЫРАСТЕТ ДО 50%+:
Доход? Количество клиентов? Уверенность?

Не знаешь конверсию?
Это первая причина, почему продажи не растут.
Без цифр – нет управления.
Вернись. Напиши. Потом читай дальше.

ДИАГНОСТИКА: ПРОДАЖИ СЕЙЧАС

Оцени от 1 до 10. Честно – не как хочется, а как есть.

Называю цену уверенно – без извинений и заминок	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Задаю вопросы до того, как предлагаю решение	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Умею работать с возражением «дорого» без скидок	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Не давлю на клиента – и при этом закрываю сделку	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Слышу не слова, а суть – что стоит за возражением	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
После встречи делаю follow-up в тот же день	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Не теряюсь, когда клиент говорит «подумаю»	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Конверсия встреча → продажа – выше 30%	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

МОЙ ИТОГ:	**_____ / 80**

8–28	Продажи – слабое место. Каждый непроданный контракт – потерянные деньги.
29–55	Есть навыки, но нет системы. Этот воркбук даст структуру.
56–80	Хорошая база. Ещё немного – и продажи станут сильнейшим навыком.

БЛОК 1

МЫШЛЕНИЕ ПРОДАВЦА

Продажи начинаются в голове

БЛОК 1 УБЕЖДЕНИЯ, КОТОРЫЕ МЕШАЮТ ПРОДАВАТЬ

Плохие продажи – это почти никогда про технику. Это про убеждения. «Продавать – стыдно». «Я навязываюсь». «Клиент должен сам захотеть». Пока эти убеждения живут внутри – никакой скрипт не поможет.

НЕДЕЛЯ 1 РАЗБОР УБЕЖДЕНИЙ

УБЕЖДЕНИЕ-ЛОВУШКА	КАК НА САМОМ ДЕЛЕ
«Продавать – значит навязываться»	Навязываться – это предлагать то, что не нужно. Продавать – это помогать решить боль, которая уже есть.
«Если продукт хороший – сам продастся»	Не продастся. Даже лучший продукт нужно предлагать прямо и конкретно.
«Клиент сам знает, нужно ли ему»	Клиент знает что болит. Но не всегда понимает почему и как это лечить. Это твоя работа.
«Говорить о деньгах неловко»	Неловкость – это твоя проблема, не клиента. Клиент готов платить. Вопрос в том, назовёшь ли ты цену уверенно.
«Продавец – это манипулятор»	Манипулятор навязывает. Продавец – помогает принять решение. Это разные вещи.

«Откажет – значит, я плохой»	Отказ – это данные. Не оценка тебя. Оценка твоего предложения в конкретный момент для конкретного человека.

МОЁ ГЛАВНОЕ УБЕЖДЕНИЕ, КОТОРОЕ МЕШАЕТ ПРОДАВАТЬ:

Запиши честно. Потом – напиши как оно работает на самом деле.

НЕДЕЛЯ 2 ПОЗИЦИЯ ЭКСПЕРТА – НЕ ПРОДАВЦА

Лучшие продажи происходят тогда, когда ты стоишь в позиции эксперта, а не продавца. Эксперт не убеждает – он диагностирует и предлагает решение. Или не предлагает, если не подходит.

ПОЗИЦИЯ ПРОДАВЦА	ПОЗИЦИЯ ЭКСПЕРТА
• «Мне нужно продать»	• «Мне нужно понять – подхожу ли я»
• Боится отказа	• Отказ – нормальная часть процесса
• Уступает при первом возражении	• «Это не для всех – только если...»
• Оправдывает цену	• Называет цену без объяснений
• Говорит больше, чем слушает	• Слушает в три раза больше, чем говорит
• Закрывает сделку любой ценой	• Отказывается от неподходящих клиентов

ЧТО КОНКРЕТНО Я МЕНЯЮ В СВОЕЙ ПОЗИЦИИ В ПЕРЕГОВОРАХ:

> *Клиент чувствует, когда тебе нужна продажа больше, чем ему нужен твой продукт. В этот момент он закрывается. Позиция силы – это когда ты готов отказаться от сделки, если она не подходит.*