

Издательский дом «Имидж-Медиа»

Главный редактор:

Тимур Асланов  
editor@image-media.ru

Заместитель главного редактора:

Карина Весновская  
karina.vsn@gmail.com

Редактор выпуска:

Елена Ненашева

Редакторы разделов:

Игорь Бондарчук,  
Татьяна Симаковская,  
Антон Смекалов

Над номером работали:

Светлана Евдокимова,  
Екатерина Болконская,  
Светлана Трикур

Отдел подписки:

*руководители*

Елена Говоркова,  
Марина Данзанова,  
Татьяна Тренина

*старшие менеджеры*

Наталья Гайтова,  
Ольга Коновалова,  
Елена Николаева

Елена Артамонова,  
Кристина Витова,  
Мария Егорова,

Майя Полькина,  
Елена Ухлина,  
Татьяна Черникова,  
Татьяна Ягодина

Отдел продления подписки:

*руководители*

Наталья Беляева,  
Марина Напылова

*старший менеджер*

Анна Ретина

Вера Архипова,  
Марина Безрукова,  
Алена Белина,  
Юлия Гикова,  
Алла Каравашкина,  
Светлана Лиходеева,  
Галина Смирнова,  
Вера Софронова

Отдел доставки:

*руководитель*

Анастасия Тарычева  
dostavka@reklamodatel.ru

Финансовая служба:

Наталья Культина

Верстка:

Андрей Хохлов

Корректоры:

Марина Саулина,  
Евгения Орехова

Адрес редакции:

127018, Москва, ул. Полковая,  
дом 3, стр. 6, каб. 305  
Тел.: (495) 723-39-49, 726-90-52,  
739-86-27

В случае возникновения проблем  
с доставкой издания просьба  
немедленно сообщать на e-mail:  
dostavka@image-media.ru  
или по телефону (495) 723-17-15

Территория распространения:

Российская Федерация, Украина,  
Казахстан, страны Балтии

<i>Михаил Христосенко</i>	СТРАТЕГИИ	5
<b>ПОСТРОЕНИЕ СТРАТЕГИИ ПРОДАЖ ПО ТЕЛЕФОНУ</b>		
<i>Константин Манич</i>	СТРАТЕГИИ	10
<b>НА ПУТИ УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ</b>		
<i>Марк де Турк</i>	ПЕРСОНАЛ	17
<b>КООРДИНАЦИЯ СОТРУДНИКОВ ВМЕСТО КОНТРОЛЯ!</b>		
<i>Алексей Саминский</i>	ПЕРСОНАЛ	19
<b>СИСТЕМА СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАВЦОВ</b>		
<i>Михаил Графский</i>	«ХОЛОДНЫЕ» ЗВОНКИ	24
<b>ШАБЛОНЫ «ХОЛОДНЫХ» ЗВОНКОВ</b>		
<i>Светлана Калабина</i>	«ХОЛОДНЫЕ» ЗВОНКИ	31
<b>ПОВЫШАЕМ ЭФФЕКТИВНОСТЬ «ХОЛОДНЫХ» ЗВОНКОВ</b>		
<i>Михаил Графский</i>	«ХОЛОДНЫЕ» ЗВОНКИ	34
<b>«ХОЛОДНЫЕ» ЗВОНКИ И РЕАКЦИЯ НА НИХ</b>		
<i>Александр Деревицкий</i>	ПЕРЕГОВОРЫ	38
<b>ТЕХНИКА ПЕРЕГОВОРОВ</b>		
<i>Константин Манич</i>	ПЕРЕГОВОРЫ	42
<b>ПЕРЕГОВОРЫ И ПРАВИЛА УЗНАВАНИЯ КЛИЕНТА</b>		
<i>Наталья Шишкина</i>	ТЕЛЕФОННЫЙ ЭТИКЕТ	49
<b>ИНСТРУМЕНТЫ РИТОРИКИ ДЛЯ УСПЕШНОЙ ТЕЛЕФОННОЙ БЕСЕДЫ</b>		
<i>Надежда Баландина</i>	ТЕЛЕФОННЫЙ ЭТИКЕТ	52
<b>ЭТИКЕТНЫЕ НОРМЫ УСТНОГО ОБЩЕНИЯ. ТЕЛЕФОННЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ</b>		
<i>Мария Шевченко</i>	ТЕЛЕФОННЫЙ ЭТИКЕТ	60
<b>СОВРЕМЕННЫЙ ЭТИКЕТ И СТИЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕФОННОГО ОБЩЕНИЯ</b>		
<i>Александр Макаров</i>	ТЕЛЕФОННЫЙ ЭТИКЕТ	63
<b>КОММУНИКАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕЗЕНТАЦИИ ПО ТЕЛЕФОНУ</b>		
<i>Тина Георгиевская</i>	УПРАВЛЕНИЕ ГОЛОСОМ	69
<b>ВЛАСТЬ ГОЛОСА</b>		
<i>Феликс Кузьмин</i>	УПРАВЛЕНИЕ ГОЛОСОМ	79
<b>ИЗУЧЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО СОСТОЯНИЯ СОБЕСЕДНИКА ПО ГОЛОСУ И МАНЕРЕ ГОВОРИТЬ</b>		
<i>Владимир Шепель</i>	УПРАВЛЕНИЕ ГОЛОСОМ	82
<b>ПОХОДНЫЙ НАБОР МАНИПУЛЯТОРА</b>		
<i>Антон Ермоленко</i>	МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ	84
<b>ДОВЕРИТЕЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ</b>		
<i>Игорь Нежданов</i>	МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ	87
<b>ЭФФЕКТИВНАЯ РАБОТА С ИНФОРМАЦИЕЙ И ДЕЗИНФОРМАЦИЕЙ</b>		
<i>Валентин Яроменко</i>	МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ	94
<b>ЕСТЬ ЛИ МЕСТО ТЕЛЕФОННЫМ ПРОДАЖАМ?</b>		
<i>Владислав Коробейников</i>	СТРАТЕГИИ	97
<b>УЧИМСЯ ПОНИМАТЬ ПОТРЕБНОСТИ И МОТИВЫ КЛИЕНТОВ. МЕТОДИКИ ПОДСТРАИВАНИЯ, ИЛИ БЬЕМ ТОЧНО В ЦЕЛЬ</b>		

Перепечатка материалов без письменного согласия и ссылки на «Управление магазином» запрещена. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов. Все рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации. Ответственность за содержание рекламы несет рекламодатель.

<i>Константин Манич</i>	СТРАТЕГИИ	<b>100</b>
<b>ОПТИМИЗИРУЕМ РАБОТУ С КЛИЕНТАМИ</b>		
<i>Константин Доронин</i>	СТРАТЕГИИ	<b>108</b>
<b>СТРОИМ ОТДЕЛ ТЕЛЕФОННЫХ ПРОДАЖ</b>		
<i>Ринат Хайруллин</i>	«ХОЛОДНЫЕ» ЗВОНКИ	<b>111</b>
<b>ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРОДАЖИ ПО ТЕЛЕФОНУ</b>		
<i>Ринат Хайруллин</i>	«ХОЛОДНЫЕ» ЗВОНКИ	<b>118</b>
<b>СЕКРЕТЫ «ХОЛОДНЫХ» ЗВОНКОВ И ОШИБКИ ПРОДАВЦОВ</b>		
<i>Сергей Карамзин</i>	«ХОЛОДНЫЕ» ЗВОНКИ	<b>124</b>
<b>КАК РАСТОПИТЬ «ХОЛОДНОГО» КЛИЕНТА</b>		
<i>Игорь Нежданов</i>	«ХОЛОДНЫЕ» ЗВОНКИ	<b>127</b>
<b>ПРЕОДОЛЕНИЕ СЕКРЕТАРЯ, ИЛИ КАК ПОПАСТЬ К ЛИЦУ, ПРИНИМАЮЩЕМУ РЕШЕНИЯ</b>		
<i>Олег Евтихов</i>	ТЕХНИКА РЕЧИ	<b>132</b>
<b>РЕЧЬ И СЛУШАНИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБЩЕНИИ</b>		
<i>Татьяна Кузнецова</i>	ТЕХНИКА РЕЧИ	<b>137</b>
<b>РЕЧЕВЫЕ МОДУЛИ ДЛЯ ТЕЛЕФОННЫХ ПРОДАЖ</b>		
<i>Михаил Розанов</i>	ПЕРЕГОВОРЫ	<b>143</b>
<b>КАК ДОСТИЧЬ УСПЕХА В ПЕРЕГОВОРАХ</b>		
<i>Илья Аминов</i>	ПЕРЕГОВОРЫ	<b>147</b>
<b>ТАКТИКА УЛОВК СОБЕСЕДНИКА</b>		
<i>Ричард Бринкман</i>	ПЕРЕГОВОРЫ	<b>151</b>
<b>КАК ВЫСЛУШАТЬ И ПОНЯТЬ СОБЕСЕДНИКА</b>		
<i>Людмила Мельник</i>	ПЕРЕГОВОРЫ	<b>154</b>
<b>ОШИБКИ ПЕРЕГОВОРЩИКА</b>		
<i>Ринат Хайруллин</i>	МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ	<b>158</b>
<b>ИСКУССТВО ПРЕЗЕНТАЦИИ</b>		
<i>Ольга Вологина</i>	МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ	<b>163</b>
<b>РАБОТА С ТРУДНЫМИ КЛИЕНТАМИ И ИХ ВОЗРАЖЕНИЯМИ</b>		
<i>Александр Дез</i>	МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ	<b>168</b>
<b>ПРАВИЛА УСПЕШНОГО ПРОДАВЦА</b>		
<i>Марина Кобриня</i>	«ХОЛОДНЫЕ» ЗВОНКИ	<b>173</b>
<b>УВЕЛИЧИВАЕМ ПРОДАЖИ, НЕ ВЫХОДЯ ИЗ ОФИСА</b>		
<i>Анна Гулимова</i>	«ХОЛОДНЫЕ» ЗВОНКИ	<b>177</b>
<b>КРИТИЧЕСКИЕ ОШИБКИ ПРИ «ХОЛОДНЫХ» ЗВОНКАХ</b>		
<i>Игорь Головченко</i>	«ХОЛОДНЫЕ» ЗВОНКИ	<b>181</b>
<b>ПОЧЕМУ ТАК СЛОЖНО ПРОЙТИ СЕКРЕТАРЯ?</b>		
<i>Герман Никифоров</i>	СТАНДАРТЫ ОБЩЕНИЯ	<b>186</b>
<b>КОММУНИКАТИВНЫЕ НАВЫКИ МЕНЕДЖЕРА</b>		
<i>Алексей Колик</i>	СТАНДАРТЫ ОБЩЕНИЯ	<b>190</b>
<b>РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ КОММУНИКАЦИЙ С КЛИЕНТАМИ</b>		
<i>Андрей Сизов</i>	МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ	<b>195</b>
<b>СЕКРЕТЫ ОБЩЕНИЯ С КЛИЕНТОМ ПОСЛЕ ПРОДАЖИ</b>		