

**Издательский дом  
«Имидж-Медиа»****Главный редактор:**Тимур Асланов  
editor@image-media.ru**Заместитель главного редактора:**Карина Весновская  
karina.vsn@gmail.com**Редактор выпуска:**

Ольга Белихина

**Отдел подписки:***Руководители*Елена Говоркова,  
Марина Данзанова,  
Наталья РябоваЕлена Артамонова,  
Оксана Белякова,  
Наталья Гайтова,  
Дарья Дианова,  
Мария Егорова,  
Ольга Коновалова,  
Ольга Кузнецова,  
Анна Ларина,  
Татьяна Ломоносова,  
Елена Николаева,  
Надежда Степанова,  
Татьяна Тренина,  
Елена Ухлина,  
Людмила Федосеева,  
Майя Харитоновна,  
Елена Юрина,  
Татьяна Ягодина**Отдел продления подписки:***Руководитель*

Ольга Ковалева

Елена Антонова,  
Марина Безрукова,  
Наталья Беляева,  
Светлана Лиходеева,  
Марина Напылова,  
Надежда Попович,  
Анна Ретина,  
Екатерина Рудакова,  
Юлия Савинова,  
Екатерина Семененко,  
Инна Смирнова,  
Екатерина Шагалова,  
Татьяна Шешменева**Отдел доставки:***Руководитель*Анастасия Тарычева  
dostavka@reklamodatel.ru  
dostavka@image-media.ru**Финансовая служба:**

Наталья Культина

**Верстка:**

Лариса Кудряшова

**Корректоры:**Ирина Бирюкова,  
Марина Саулина**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 сообщить на e-mail:  
dostavka@reklamodatel.ru

**Территория распространения:**Российская Федерация, Украина,  
Казахстан, страны Балтии

<i>Екатерина Павленко</i>	ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ	<b>5</b>
<b>ОТДЕЛ ПРОДАЖ В2В КОМПАНИИ: ПОСТРОЕНИЕ</b>		
<i>Степан Нестеров</i>	ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ	<b>10</b>
<b>СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДАЖ НА В2В-РЫНКЕ</b>		
<i>Дмитрий Русаков</i>	ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ	<b>21</b>
<b>ВСЕ, ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ ОБ АУДИТЕ ПРОДАЖ</b>		
<i>Влад Линдер</i>	ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ	<b>27</b>
<b>ИНТЕРНЕТ КАК КАНАЛ В2В-ПРОДАЖ</b>		
<i>Александр Царев</i>	ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ	<b>38</b>
<b>ПРОМЫШЛЕННЫЙ АУТСОРСИНГ В РОССИИ</b>		
<i>Сергей Серов</i>	РАБОТА С КЛИЕНТОМ	<b>44</b>
<b>ПОЛИТИКА КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ</b>		
<i>Степан Нестеров</i>	РАБОТА С КЛИЕНТОМ	<b>54</b>
<b>МОТИВАЦИЯ ПОКУПАТЕЛЯ</b>		
<i>Елена Мамедова</i>	РАБОТА С КЛИЕНТОМ	<b>62</b>
<b>РАБОТА С НОВЫМИ И ПОСТОЯННЫМИ КЛИЕНТАМИ</b>		
<i>Александр Царев</i>	РАБОТА С КЛИЕНТОМ	<b>68</b>
<b>РАБОТА С СОМНЕНИЕМ КЛИЕНТА</b>		
<i>Наталья Нисеева</i>	РАБОТА С КЛИЕНТОМ	<b>72</b>
<b>ТЕХНИКИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ ПРИ В2В-ПРОДАЖАХ</b>		
<i>Николай Булава</i>	РАБОТА С КЛИЕНТОМ	<b>75</b>
<b>О РОЛИ CRM В ВОПРОСАХ И ОТВЕТАХ</b>		
<i>Андрей Сериков</i>	РАБОТА С КЛИЕНТОМ	<b>79</b>
<b>КАК СВЯЗАНЫ CRM И УСПЕШНЫЕ ПРОДАЖИ НА В2В-РЫНКЕ</b>		
<i>Юрий Мальцев</i>	ЭТАПЫ КРУПНЫХ ПРОДАЖ	<b>91</b>
<b>ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОДАЖ</b>		
<i>Михаил Графский</i>	ЭТАПЫ КРУПНЫХ ПРОДАЖ	<b>96</b>
<b>ПОДГОТОВКА К ПРОДАЖАМ</b>		

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

Журнал зарегистрирован Министерством Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. Свидетельство ПИ № ФС77-29331 от 23.08.2007 г.

<i>Виктор Кочнев</i>	ЭТАПЫ КРУПНЫХ ПРОДАЖ	
<b>ПРОДОЛЖЕНИЕ ОБЩЕНИЯ</b>		<b>100</b>
<i>Михаил Зайцев</i>	МАРКЕТИНГ И В2В-ПРОДАЖИ	
<b>МАРКЕТИНГ ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРОДАЖ</b>		<b>105</b>
<i>Антон Белецкий</i>	МАРКЕТИНГ И В2В-ПРОДАЖИ	
<b>ОТЛИЧИЯ МАРКЕТИНГА В2В ОТ В2С</b>		<b>110</b>
<i>Юрий Мальцев</i>	МАРКЕТИНГ И В2В-ПРОДАЖИ	
<b>РЫНОК ТОВАРОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ЗНАЧЕНИЯ И МАРКЕТИНГ</b>		<b>114</b>
<i>Сергей Серов</i>	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПРОДАВЕЦ	
<b>ПРЕОДОЛЕНИЕ СПАДА ПРОДАЖ</b>		<b>119</b>
<i>Сергей Кошечкин</i>	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПРОДАВЕЦ	
<b>ТЕХНОЛОГИЯ ПОДБОРА МЕНЕДЖЕРОВ ПО ПРОДАЖАМ</b>		<b>121</b>
<i>Наталья Коваль</i>	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПРОДАВЕЦ	
<b>ПЕРСОНАЛ ДЛЯ В2В-ПРОДАЖ</b>		<b>128</b>
<i>Сергей Серов</i>	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПРОДАВЕЦ	
<b>КРИЗИС В ОТДЕЛЕ ПРОДАЖ: ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ</b>		<b>138</b>
	КРУГЛЫЙ СТОЛ	
<b>КАКИЕ ТРЕБОВАНИЯ ВЫДВИГАЮТСЯ К МЕНЕДЖЕРУ В ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРОДАЖАХ?</b>		<b>141</b>
<i>Эдуард Зварич</i>	ПСИХОЛОГИЯ В2В-ПРОДАЖ	
<b>ПСИХОЛОГИЯ КРУПНОГО КЛИЕНТА</b>		<b>151</b>
<i>Григорий Горбачев</i>	ПСИХОЛОГИЯ В2В-ПРОДАЖ	
<b>КРИТЕРИИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ КРУПНЫМИ КЛИЕНТАМИ</b>		<b>156</b>
<i>Александр Царев</i>	ПСИХОЛОГИЯ В2В-ПРОДАЖ	
<b>СКЛОНИТЬ ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ, ИЛИ ЕЩЕ РАЗ О РЕПУТАЦИИ КОМПАНИИ</b>		<b>161</b>
<i>Татьяна Лисицына</i>	ПСИХОЛОГИЯ В2В-ПРОДАЖ	
<b>ДЕЛОВАЯ ЭТИКА И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ БИЗНЕС</b>		<b>168</b>
<i>Ольга Белихина</i>	СЕКРЕТЫ БОЛЬШИХ ПРОДАЖ	
<b>ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРОДАЖИ В В2В</b>		<b>173</b>
<i>Александр Царев</i>	СЕКРЕТЫ БОЛЬШИХ ПРОДАЖ	
<b>СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА В2В</b>		<b>186</b>
<i>Григорий Горбачев</i>	СЕКРЕТЫ БОЛЬШИХ ПРОДАЖ	
<b>ПРИЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРОДАЖ</b>		<b>192</b>