

Издательский дом «Имидж-Медиа»

Главный редактор:

Тимур Асланов
editor@image-media.ru

Заместитель главного редактора:

Карина Весновская
karina.vsn@gmail.com

Помощник редактора:

Татьяна Дубровская
editor.sellings@gmail.com

Отдел подписки:

Руководители

Ольга Коновалова,
Елена Николаева,
Татьяна Тренина

Старшие менеджеры

Елена Артамонова,
Наталья Гайтова,
Татьяна Ямкина

Маргарита Борискина,
Екатерина Васильева,
Наталья Власова,
Ольга Глаголева,
Мария Ерина,
Татьяна Идутова,
Наталья Кирюхина,
Татьяна Ломоносова,
Екатерина Романова,
Татьяна Ягодина

Отдел продления подписки:

Руководители

Наталья Беляева,
Марина Напылова

Заместитель руководителя отдела
Галина Смирнова

Старшие менеджеры

Марина Безрукова,
Анна Карнова

Алена Белина,
Ирина Бухтеева,
Юлия Вахромова,
Юлия Гикова,
Лариса Дементьева,
Алла Каравашкина,
Алексей Лабутин,
Ирина Матвеева,
Елена Ракитянская,
Элина Сперанская,
Ольга Титовская

Отдел доставки:

Руководитель

Анастасия Тарычева
dostavka@reklamodatel.ru

Экономико-правовое обеспечение:

Наталья Культина

Верстка:

Игорь Кашалов

Корректоры:

Марина Белова

Адрес редакции:

127018, г. 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, Белоруссия, Казахстан,
страны Балтии

Продажа услуг – это особое искусство, которым не так просто овладеть. Почему? Причин этому немало, но самая главная – невозможность «потрогать» услугу. То есть заказчик, приобретая ту или иную услугу, рискует купить «кота в мешке». Следовательно, перед менеджерами по продажам услуг стоит сложная задача: им нужно убедить клиента в выгоде приобретения того, что в действительности неосвязаемо. Что же может помочь продавцам достичь успеха в решении столь непростых задач? Каким образом нужно продавать услуги, чтобы минимизировать сомнения клиентов? Что мешает, а что способствует продажам в сфере услуг? Как увеличить ценность услуги в глазах клиентов? На эти и многие другие вопросы сегодня дадут ответы ныне действующие руководители компаний, коммерческих отделов, бизнес-консультанты и бизнес-тренеры.

Издание предназначено руководителям компаний, коммерческим директорам, начальникам отделов продаж организаций, активно работающих в сфере услуг. Альманах представляет собой сборник материалов – практических рекомендаций по эффективным продажам услуг. Также его можно использовать для обучения персонала продаж.

Успешных продаж!

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

<i>Лариса Федорова</i>	СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА УСЛУГ	6
19 СПОСОБОВ УВЕЛИЧЕНИЯ ЦЕННОСТИ УСЛУГИ В ГЛАЗАХ КЛИЕНТОВ		
<i>Геннадий Минченко</i>	СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА УСЛУГ	11
СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА СЛУЧАЙНЫХ ЗАКАЗЧИКОВ В ПОСТОЯННЫХ КЛИЕНТОВ		
<i>Нина Павлова</i>	СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА УСЛУГ	15
ЧЕМ ОТЛИЧАЕТСЯ УСЛУГА ОТ ТОВАРА И КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ЕЕ СБЫТ		
<i>Ия Имишницкая</i>	СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА УСЛУГ	17
ИНСТРУКЦИЯ ПО МАТЕРИАЛИЗАЦИИ УСЛУГ		
<i>Валерий Николайчук</i>	СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА УСЛУГ	23
УПАКОВКА УСЛУГИ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОДАЖ		
<i>Анна Разумовская</i>	СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА УСЛУГ	25
ПРОДАЖА УСЛУГ: ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА И ПОИСК КЛИЕНТОВ		
<i>Леонид Зайцев</i>	СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА УСЛУГ	28
КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ		
<i>Валентин Янченко</i>	СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА УСЛУГ	33
ЦЕННОСТНОЕ ВОСПРИЯТИЕ УСЛУГИ		
<i>Валерий Николайчук</i>	СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА УСЛУГ	38
РЫНОК ДЕЛОВЫХ УСЛУГ: ВЕРОЯТНОСТЬ ВТОРЖЕНИЯ НОВЫХ СОПЕРНИКОВ		
<i>Валентин Янченко</i>	СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА УСЛУГ	41
АКЦИИ ПО СТИМУЛИРОВАНИЮ СБЫТА УСЛУГ		
<i>Радмила Луквич, Евгений Колотилов</i>	ТЕХНИКИ ПРОДАЖ	45
В ЧЕМ МЫ СИЛЬНЫ? ИЛИ КАК ЭФФЕКТИВНО ПРОДАВАТЬ УСЛУГИ		
<i>Максим Роменский</i>	ТЕХНИКИ ПРОДАЖ	55
СОСРЕДОТОЧЬТЕСЬ НА УСПЕХАХ, ИЛИ КАК ПРОДАВАТЬ СЛОЖНЫЕ УСЛУГИ		
<i>Александр Вакуров</i>	ТЕХНИКИ ПРОДАЖ	59
ПРЕОДОЛЕНИЕ ВОЗРАЖЕНИЙ И ПРЕДУБЕЖДЕННОСТИ КЛИЕНТОВ		
<i>Елена Боброва</i>	ОТРАСЛЕВЫЕ ПРОДАЖИ	65
КЛИЕНТООРИЕНТАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОДАЖ БАНКОВСКИХ УСЛУГ		
<i>Михаил Графский</i>	ОТРАСЛЕВЫЕ ПРОДАЖИ	74
ПРОДАЖИ ИТ-УСЛУГ: ТЕХНОЛОГИИ АКТИВНОГО ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ		
<i>Анна Иванова</i>	ОТРАСЛЕВЫЕ ПРОДАЖИ	84
КАК ПРОДАВАТЬ ПРАЗДНИКИ, ИЛИ БУДНИ EVENT-АГЕНТСТВ		
<i>Саида Луговая</i>	ОТРАСЛЕВЫЕ ПРОДАЖИ	87
ЗАБОТА О ЗДОРОВЬЕ, ИЛИ ПРОДАЖИ В МЕДИЦИНЕ И ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ		
<i>Роман Масленников</i>	ОТРАСЛЕВЫЕ ПРОДАЖИ	91
ПРИВЛЕЧЕНИЕ НОВЫХ КЛИЕНТОВ		
<i>Андрей Просвирип</i>	ОТРАСЛЕВЫЕ ПРОДАЖИ	103
СПЕЦИФИКА ПРОДАЖ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ		

<i>Марина Кузьмина</i>	ОТРАСЛЕВЫЕ ПРОДАЖИ	107
ПРАВИЛА ЦЕНОВОЙ АРГУМЕНТАЦИИ В ПРОДАЖАХ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ УСЛУГ		
	ОТРАСЛЕВЫЕ ПРОДАЖИ	116
ТОЧНОЕ ПОПАДАНИЕ В ЦЕЛЬ, ИЛИ ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ ЮРИДИЧЕСКОЙ ФИРМЫ		
<i>Ася Векслер</i>	ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ	121
ДРУЖБА СО СМИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ПРОДАЖ УСЛУГ		
<i>Анатолий Сафронов</i>	ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ	127
МАРКЕТИНГ УСЛУГ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ		
<i>Владимир Архипов</i>	ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ	131
ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ ПО ПРИНЦИПУ «БЫТЬ – ДЕЛАТЬ – ИМЕТЬ»		
<i>Владимир Кеворков, Дмитрий Кеворков</i>	ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ	135
МАРКЕТИНГ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ		
<i>Нина Павлова</i>	ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ	141
ТРЕХУРОВНЕВЫЙ АНАЛИЗ УСЛУГИ И ЕЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ НА РЫНКЕ		
<i>Александр Лузин</i>	ТЕНДЕНЦИИ	144
«ДЕРЖАТЬ РУКУ НА ПУЛЬСЕ» КОНКУРЕНТОВ, ИЛИ ЧТО ПОМОЖЕТ В РАЗРАБОТКЕ И ПРОДАЖЕ УСЛУГ		
	ОТРАСЛЕВЫЕ ПРОДАЖИ	146
ПРОДАЖИ В САЛОНЕ КРАСОТЫ: 7 ШАГОВ НА ПУТИ К УСПЕХУ		
<i>Анатолий Сафронов</i>	ОТРАСЛЕВЫЕ ПРОДАЖИ	153
ВИРТУАЛЬНОСТЬ И НЕУЛОВИМОСТЬ, ИЛИ КАК ПРОДАВАТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ		
<i>Иван Терехин</i>	ОТРАСЛЕВЫЕ ПРОДАЖИ	157
КАК ПРИВЛЕЧЬ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ К УСЛУГАМ РЕСТОРАНА?		
<i>Ия Имшинецкая</i>	ОТРАСЛЕВЫЕ ПРОДАЖИ	160
«КАК В СКАЗКЕ», ИЛИ УТП В СФЕРЕ РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ		
<i>Евгений Котов</i>	ТЕХНИКИ ПРОДАЖ	167
ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ПРЕЗЕНТАЦИИ УСЛУГ		
<i>Надежда Макастрова</i>	ТЕХНИКИ ПРОДАЖ	170
КАК ПРОДАВАТЬ УСЛУГИ		
	ТЕХНИКИ ПРОДАЖ	184
КАК СДЕЛАТЬ КЛИЕНТА «СВОИМ», ИЛИ СПЕЦИФИКА ПРОДАЖ УСЛУГ САЛОНА КРАСОТЫ		
<i>Людмила Введенская</i>	ТЕХНИКИ ПРОДАЖ	187
СПОСОБЫ УБЕЖДЕНИЯ КЛИЕНТОВ В ПРОДАЖАХ УСЛУГ		
<i>Альберт Тютин, Екатерина Каменева</i>	ТЕХНИКИ ПРОДАЖ	194
КАК УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ УСЛУГ		