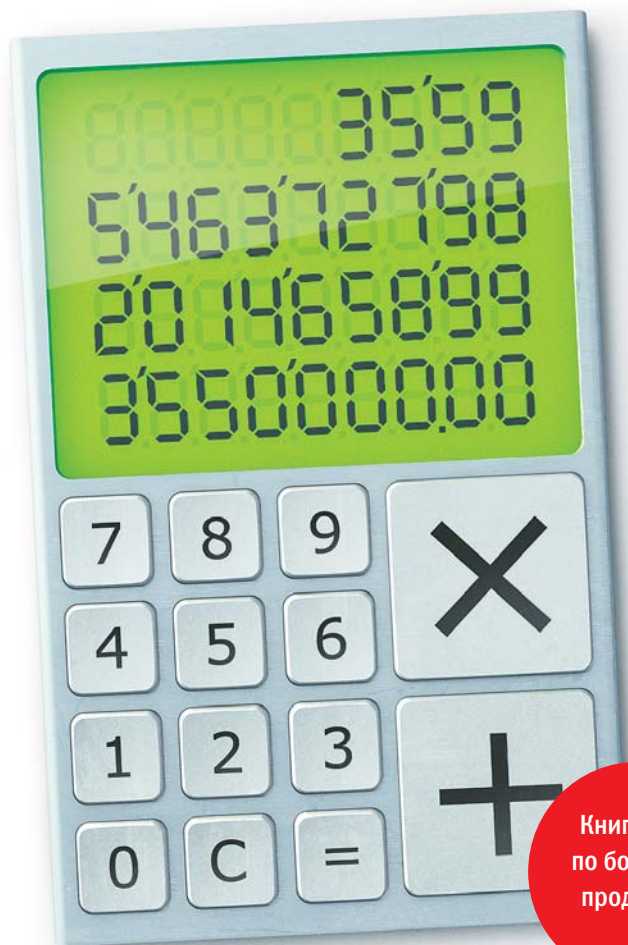


Эта книга даст вам реальный инструмент для достижения успеха в продажах!

*Виктория Лабокайте, управляющий партнер IDEASEA,  
представительства Huthwaite в России*

# Нил Рекхэм

# СПИН-продажи



Книга № 1  
по большим  
продажам

Neil Rackham

[Почитать описание, отзывы и купить на сайте МИФа](#)

**Эту книгу хорошо дополняет:**

**СПИН-продажи. Практическое руководство**  
Нил Рекхэм

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Neil Rackham

# SPIN<sup>®</sup>-Selling

McGraw-Hill

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Нил Рекхэм

# СПИН-продажи

Перевод с английского  
А. Масляковой

7-е издание

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»  
Москва, 2014

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

УДК 658.86.01  
ББК 65.290-5  
Р36

Издано с разрешения издательства McGraw-Hill

**Рекхэм, Н.**

Р36 СПИН-продажи / Нил Рекхэм; пер. с англ. А. Масляковой. — 7-е изд. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 336 с.

ISBN 978-5-91657-968-0

«СПИН-продажи» — бестселлер о технологии эффективных продаж, неоднократно издававшийся на многих языках мира. На основе проведенного детального исследования авторы убедительно показывают, сколь велика разница между крупномасштабными и мелкомасштабными торговыми сделками, и развеивают распространенные мифы о существенных аспектах успешного заключения торговых сделок.

Для менеджеров по продажам, торговых агентов, руководителей.

УДК 658.86.01  
ББК 65.290-5

Все права защищены.  
Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.  
Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

**VEGAS LEX**

© McGraw-Hill, 1988  
© Перевод на русский язык. НИРО, 2003  
© Дизайн обложки. Студия Артемия Лебедева, 2008  
© Издание на русском языке, оформление.  
ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2014

ISBN 978-5-91657-968-0

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

# Оглавление

От партнера российского издания .....	10
От издателей .....	12
От автора .....	14
<b>1. Исследование Huthwaite</b> .....	18
Наша первая ошибка .....	20
<b>2. Продажи большие и малые</b> .....	28
Продолжительность жизненного цикла .....	28
Объем обязательств покупателя .....	32
Риск совершения ошибок .....	36
<b>3. Исследуем вопросы и успех продаж</b> .....	45
Стадия исследования .....	49
Успех в небольших продажах .....	49
Определение успеха встречи для крупных продаж .....	51
Постановка целей встречи .....	59
Возвращаясь к исследованию .....	59
Открытые и закрытые вопросы .....	67
Техники, которые помогут вам продавать .....	76
<b>4. Потребности покупателя в крупных продажах</b> .....	79
Потребности в малых продажах .....	80
Почему скрытые потребности не определяют успех крупных продаж .....	87
Явные потребности и успех .....	90
Сигналы о покупке в крупной продаже .....	91
Техники, которые помогут вам продавать .....	94

<b>5. Использование вопросов для выявления скрытых потребностей</b> .....	97
Некоторые начальные исследования .....	97
Ситуационные вопросы .....	98
Проблемные вопросы .....	101
Проблемные вопросы в крупной продаже .....	103
Техники, которые помогут вам продавать .....	107
<b>6. Стратегия СПИН</b> .....	108
Как же добиться успеха в крупных продажах? .....	108
Извлекающие вопросы: почему они так важны и что собой представляют .....	112
Направляющие вопросы .....	121
Разница между извлекающими и направляющими вопросами .....	132
И вновь открытые и закрытые вопросы .....	134
Модель СПИН .....	136
Техники, которые помогут вам продавать .....	139
<b>7. Раскрываем выгоды в крупных продажах</b> .....	146
Характеристики и выгоды: классический способ демонстрации возможностей .....	146
Характеристики, преимущества и выгоды в более продолжительном цикле продаж .....	158
Техники, которые помогут вам продавать .....	166
<b>8. Предотвращение возражений</b> .....	169
Характеристики и беспокойство по поводу цены .....	173
Преимущества и возражения .....	178
Подход к возражениям, используемый при обучении продажам .....	188
Техники, которые помогут вам продавать .....	192
<b>9. Начало встречи: первые шаги</b> .....	194
Начало встречи .....	195
Обращение к личным интересам .....	198
Начало встречи: высказывание выгоды .....	200
Техники, которые помогут вам продавать .....	206

<b>10. Получение обязательства, завершение встречи</b> .....	208
Что есть «закрытие»? .....	210
Настоящее закрытие .....	213
Закрытие и опытность клиента .....	229
Закрытие и удовлетворенность после продажи .....	231
Почему все остальные шагают не в ногу? .....	234
Техники, которые помогут вам продавать .....	243
<b>11. От теории к практике</b> .....	246
Приобретать навыки нелегко .....	246
Краткие итоги .....	255
Стратегия изучения типов поведения СПИН .....	259
Заключительное слово .....	264
<b>Приложение А. Оценка моделей СПИН</b> .....	265
<b>Приложение Б. Тест отношения к закрытию</b> .....	306
<b>Об авторе</b> .....	313



# От партнера российского издания

Сегодня полки книжных магазинов ломятся от книг, посвященных продажам. И тем не менее эта книга издается в России за последние несколько лет уже в седьмой раз! Количество изданий и переизданий в мире, боюсь, просто не поддается подсчету. Ведь Нил Рекхэм написал «СПИН-продажи» уже более тридцати лет назад, а тиражи неизменно полностью распродаются. Метод не утрачивает своей актуальности, остается универсальным и эффективным независимо от отрасли, в которой его пробуют применять. В чем же секрет?

На словах все очень просто: нужно пронаблюдать за тем, как добиваются результата успешные продавцы в тридцати пяти тысячах встреч, оценить корреляцию тех или иных способов продажи с конечным эффектом, а потом все это систематизировать в технологию, которой можно обучить. Как только вы это делаете — вы получаете безотказный метод продаж, бестселлер и мировую известность.

С 1989 года СПИН® стал наиболее распространенной моделью обучения продавцов, занятых крупными стратегическими продажами. Большинство компаний, входящих в список Fortune 1000, являются клиентами Huthwaite — компании, основанной Рекхэмом и занимающейся обучением продажам по методу СПИН®.

Мне самой не пришлось участвовать в первоначальном исследовании Нила Рекхэма, но я рада, что приобщилась к методу СПИН®, представляя компанию-разработчика этой технологии в России.

Вот уже десять лет как Huthwaite представлен в России, вот уже десять лет, как мы обучаем технике СПИН® и применяем ее сами.

Мой личный опыт, а также опыт моих коллег в обучении СПИН®-методу и его применении не оригинален. Как и сотни тысяч других продавцов, мы можем сказать: технология доказала свою эффективность. Это касается как наших собственных продаж, так и продаж наших клиентов, которые работают в самых разных отраслях: фармацевтической, IT, машиностроении, консалтинге и других.

Уверена, что эта книга даст вам реальный инструмент для достижения успеха в продажах. Читайте, а если потребуется помощь в освоении навыка — мы всегда вам рады!

Теперь мы предлагаем тренинги СПИН в аудитории или СПИН-онлайн для тех, кто по тем или иным причинам не может присоединиться к нам на тренингах.

*С уважением,  
Виктория Лабокайте,  
управляющий партнер IDEASEA,  
представительства Huthwaite в России  
[www.ideasea.ru](http://www.ideasea.ru)*

# От издателей

Выпуском этой книги мы продолжаем практику переиздания опубликованных ранее работ, принципиально важных для ведения успешного бизнеса. На этот раз книга посвящена большим продажам.

В ряду сотен книг, посвященных продажам, труд Нила Рекхэма, по нашему мнению, стоит особняком, поскольку в его основе лежит научное исследование, проводившееся автором в течение 12 лет с целью выявить ключевые особенности поведения успешных продавцов дорогих товаров и услуг. За это время проанализированы 35 тысяч переговоров продавцов с клиентами в 22 компаниях из 23 стран мира.

Результаты оказались неожиданными. Было опровергнуто общепринятое мнение о том, что ключ к успеху в продажах — владение особой техникой завершения сделки. Установлено, что методы продаж недорогих товаров оказываются неэффективными при крупных сделках, а успешные продавцы задают больше вопросов, чем их менее удачливые коллеги. Причем каждый вопрос они используют особым образом и с определенной целью.

В наши дни, когда грамотный клиент с помощью интернета может легко и быстро выбрать для себя качественные товары по лучшей цене, роль продавцов кардинально меняется.

Те, кто овладеет предложенным автором методом СПИН, имеют все шансы преуспеть, повысив свой доход до сотен тысяч долларов в год. Мы рекомендуем эту книгу не только начинающим продавцам, но и тем, кто считает себя зубром продаж. Мы почерпнули в ней много нового и полезного для себя. Несмотря на то что некоторые примеры выглядят устаревшими, сам принцип работает безотказно.

Эта книга входит в списки обязательной литературы большинства ведущих бизнес-школ. Ее первое издание в России было быстро распродано, а потом надолго забыто. Мы решили исправить эту ошибку — и вновь издаем «СПИН-продажи».

В заключение хотелось бы отметить, что книга Рекхэма не из разряда бизнес-попсы, так что приготовьтесь к серьезной работе.

Результат гарантируем.

*Михаил Иванов,  
главный редактор издательства  
«Манн, Иванов и Фербер»*

# От автора

Когда книга «СПИН-продажи» была впервые опубликована издательством Gower — в 1987 году под названием «Крупные продажи», никто, в том числе и я, не предполагал, что она станет всемирным бестселлером. Оригинальное издание в твердой обложке было красивым, но дорогим и предназначалось для специалистов делового рынка. Попытки издать книгу в Соединенных Штатах оказались неудачными: несколько издательств подряд отклонили рукопись как слишком спорную. Один из самых мягких отказов заканчивался словами: «...подобные идеи не признаются другими экспертами в данной области и ведущими консультантами. Книга написана в своеобразном стиле, который, скорее всего, вызовет раздражение читателя; она содержит слишком много исследовательской информации, которая запутает читателя или наскучит ему».

Взяв такой неблагоприятный старт, книга затем разошлась на разных языках по всему миру. В Соединенных Штатах она была издана тиражом 150 тысяч экземпляров в твердом переплете. Более 50 крупнейших мировых промышленных корпораций обучают своих продавцов при помощи моделей, разработанных на основе описанных в ней исследований. Книга вошла в недавно опубликованный список десяти наиболее влиятельных деловых

изданий, где о ней говорится как о «революции в области классических продаж, по которой будут оцениваться все последующие книги о продажах». Итак, что же изменилось? Три фактора превратили метод продаж СПИН в самый успешный проект:

*1. Продавцы стали более искушенными.* Книга «СПИН-продажи» не приспособливается к своим читателям, и это импонирует высококлассным специалистам по продажам. Они с радостью встретили исследование, которое, по мнению критиков, было слишком сложным для понимания. Высокопрофессиональным продавцам понравилось и то, что в книге акцент делается на построение отношений, а не на ловкие трюки, коими изобилуют многие издания на тему продаж. Это новое поколение продавцов понимало, что продажа — не волшебство, а тяжелый труд и поэтому необходимо развивать основные навыки продаж. Кроме того, эти люди восприняли «СПИН-продажи» как практическое руководство, способное помочь им стать успешнее, и приобретали сразу несколько экземпляров. Я был приятно поражен тем фактом, что лишь единичные читатели увидели в книге спорные моменты. Со всего мира в мой офис приходили письма от продавцов, которые, в сущности, говорили: «В этом нет ничего шокирующего или необычного, просто вы выразили словами то, что я делаю уже давно». Лучшего отклика от читателей для автора и быть не может.

*2. Покупатели изменились.* Опыта набрались не только продавцы, но и покупатели. На момент выхода книги в свет оптовые покупатели были на грани покупательской революции, в результате которой сократилось количество поставщиков, а с оставшимися наладились более тесные отношения. Новое поколение покупателей отказалось

от антагонистического, «делового» подхода к продажам, обратив свой взгляд в сторону бизнес-партнеров, понимающих проблемы клиентов. Модель СПИН была разработана именно для такого рода отношений. Компании, последовавшие советам из книги «СПИН-продажи», наладили более прочные связи с покупателями и в результате процветали.

3. *Крупные продажи действительно специфичны.* Одним из самых спорных моментов в книге было утверждение, что навыки, необходимые для успеха крупных продаж, полностью отличаются от навыков, способствующих успеху в случае с более мелкими сделками. До технологии продаж по методу СПИН бытовало мнение, что продажи — это продажи: продаете вы персики или электростанции, основные навыки успешной продажи практически универсальны. Моя книга изменила эту точку зрения. Подробное исследование предоставило серьезные аргументы в пользу особого отношения к крупным продажам с точки зрения навыков, необходимых для их осуществления. Прямым результатом исследования стали изменения, внесенные ведущими корпорациями в систему обучения своих продавцов и менеджеров. Опять же, те, кто последовал советам автора книги, достигли желаемых, а порой и превосходящих ожидания результатов в сфере производительности продаж. Итак, слово пошло в массы, и теперь наша Золушка превратилась в принцессу — эта история способна соперничать со многими сказками.

Остается один вопрос. Следует ли вам рассматривать эту книгу как классику жанра, которую стоит почтить вниманием лишь для того, чтобы отдать дань ее месту в истории продаж? Или же книга актуальна и по сей день? С тех пор не произошло ничего, что могло бы повлиять на обоснованность и популярность идей этой книги. Дальнейшие

исследования, проведенные другими специалистами, лишь подтвердили выводы автора, и теперь основные модели подкреплены дополнительными доказательствами. Изменения в сфере корпоративных (business to business) продаж и покупок усилили необходимость в более сложном подходе к продажам, который вырос из первоначальных исследований СПИН. Сотни примеров недавнего успеха корпораций и индивидуальных продавцов свидетельствуют о прежнем практическом значении модели СПИН.

*Нил Рекхэм,  
Huthwaite Inc,  
поместье Уитлэнд,  
Перселвилль,  
Virginia 22132 США*





[Почитать описание, рецензии  
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

