

Александр Шитов

МУЛЬТФИЛЬМЫ ПРОДАЖНИКА

Продажи –
искусство договариваться

ИСТОРИИ

ИДЕИ

ПРАКТИКА
ДЛЯ РЕАЛЬНЫХ
ПРОДАЖ

КЛИЕНТЫ
ПЕРЕГОВОРЫ
РЕЗУЛЬТАТ



Александр Шитов

Мультфильмы продажника

«Автор»

2026

Шитов А.

Мультфильмы продавца / А. Шитов — «Автор», 2026

Продажи начинаются не с товара, цены или красивой презентации. Они начинаются с человека. За двадцать лет работы в коммерции автор убедился: можно выучить десятки техник и сотни правильных фраз, но всё это перестаёт работать, если ты не умеешь слушать и понимать того, кто сидит напротив. Это практическая книга о продажах, переговорах и людях. Знакомые с детства герои помогают по-новому посмотреть на первый контакт, доверие, выявление потребностей, возражения, работу команды и сам момент сделки. Здесь нет обещаний научить продавать в три раза больше за неделю. Есть двадцать лет опыта, реальные истории «Из ежедневника», простые рабочие принципы и главный вопрос хорошего продавца: не «как мне продать?», а «как понять человека и помочь ему принять решение?» Потому что продажи — это не искусство убеждать. Продажи — это искусство договариваться.

© Шитов А., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Глава	5
Конец ознакомительного фрагмента.	9

Александр Шитов

Мультфильмы продавца

Глава

От автора

Я не профессор.

Не бизнес-тренер.

Не человек, который прочитал сотню книг по продажам и решил написать сто первую.

Я обычный продажник.

Двадцать лет я работаю в коммерции. Продавал рекламу, оборудование, услуги, строительные материалы, вел переговоры с собственниками компаний, директорами, снабженцами, инженерами и людьми, которые приходили на встречу только для того, чтобы сказать: «Нам ничего не нужно».

За эти годы я понял одну простую вещь.

Продажи невозможно выучить по учебнику.

Можно выучить этапы сделки.

Можно запомнить десятки техник.

Можно знать сотни красивых фраз.

Но когда напротив тебя садится живой человек, половина этих знаний перестает работать.

Потому что продажа начинается не с презентации.

Продажа начинается с человека.

Когда только начинаешь работать, кажется, что хороший продавец — это тот, кто много говорит.

Потом, что хороший продавец — это тот, кто знает свой товар лучше всех.

Еще позже, что хороший продавец умеет убеждать.

Сегодня я уверен: хороший продавец умеет слушать и понимать людей.

А понимание невозможно без наблюдения.

И вот однажды я поймал себя на мысли, как лучше всего это объяснить, и понял: лучшие уроки продаж... не из учебников.

А из мультфильмов.

Да, именно из тех самых, которые мы смотрели в детстве.

Почтальон Печкин, Винни-Пух, Дядюшка Мокус.

Фунтик, например, напомнил, что настоящая ценность часто приходит неожиданно.

Конечно, авторы мультфильмов не собирались писать учебник по продажам.

Они просто рассказывали хорошие истории.

Но хорошие истории живут дольше любых инструкций.

Именно поэтому я решил написать эту книгу.

В ней почти не будет сложных терминов.

Не будет модных иностранных аббревиатур.

Не будет обещаний вроде «станьте миллионером за неделю».

Зато будут истории.

Истории, которые я прожил сам.

Истории, которые видел в работе.

И истории, которые многие из нас знают с детства.

Если после прочтения этой книги вы начнете чуть внимательнее слушать людей, чуть спокойнее относиться к отказам и чуть чаще находить общий язык с клиентами, значит, она написана не зря.

Потому что продажи — это не искусство убеждать.

Продажи — это искусство договариваться.

И если мы научимся договариваться, прибыль обязательно придет следом.

Добро пожаловать.

Поговорим о продажах.

Но сначала...

Глава первая

Человек труда и древняя профессия — продажник

Есть старый анекдот.

— Какая профессия древнее: дипломат или представитель другой древней профессии?

Ответ простой.

Конечно — дипломат.

Потому что сначала надо было договориться.

Я не знаю, кто придумал этот анекдот, но в нём есть одна очень правильная мысль.

Любая продажа начинается не с товара.

Не с цены.

Не со скидки.

Она начинается с разговора двух людей.

Иногда мне говорят:

— Да что там продажи... Купил дешевле — продал дороже.

Каждый раз, когда слышу подобную фразу, улыбаюсь.

Если бы всё было так просто, отделы продаж не существовали бы вовсе.

Любой человек смог бы открыть прайс-лист и начать зарабатывать миллионы.

Но почему-то этого не происходит.

Потому что товар продаёт далеко не всегда.

Продаёт доверие.

Продаёт отношение.

Продаёт человек.

Как бы кому ни хотелось думать иначе, мир держится на человеке труда.

Кто-то выращивает хлеб.

Кто-то строит дома.

Кто-то лечит людей.

Кто-то пишет книги.

Кто-то создаёт станки.

А кто-то делает так, чтобы всё это оказалось там, где оно действительно нужно.

Вот этот человек и называется коммерсантом.

Когда-то давно после удачной охоты люди обменивали шкуры на зерно.

Позже появились деньги.

Потом рынки.

Купцы.

Ярмарки.

Биржи.

Интернет.

Но суть не изменилась.

Всегда существовал человек, который соединял того, кто создал ценность, с тем, кому эта ценность нужна.

Это и есть продажи.

Есть слово, которое многие почему-то не любят.

Продажник.

Кто-то считает его грубым.

Кто-то даже оскорбительным.

Мне же оно нравится.

Потому что за ним стоит профессия.

Тяжёлая.

Нервная.

Иногда неблагодарная.

Настоящий продажник получает отказ чаще, чем согласие.

Каждый день он слышит:

— Нам ничего не надо.

— Дорого.

— Мы подумаем.

— Пришлите на почту.

И всё равно на следующий день набирает телефонный номер или снова открывает дверь очередного кабинета.

Это не просто работа.

Это характер.

Есть ещё одна вещь, которую я понял далеко не сразу.

Плохой продавец думает о том, как продать.

Хороший продавец думает о том, как помочь человеку принять решение.

Разница кажется небольшой.

На самом деле это две совершенно разные профессии.

Один старается говорить.

Другой старается услышать.

Один давит.

Другой договаривается.

И именно поэтому хорошие продавцы почти никогда не выглядят продавцами.

Они выглядят людьми, с которыми приятно иметь дело.

За двадцать лет работы я видел очень разных коммерсантов.

Одни знали сотни техник продаж и не могли выполнить план.

Другие никогда не слышали слов «воронка», «SPIN» или «AIDA», но продавали так, что очередь клиентов выстраивалась сама собой.

Я долго пытался понять, почему так происходит.

Ответ оказался неожиданно простым.

Первые учили слова.

Вторые понимали людей.

И именно об этом будет эта книга.

Не о красивых скриптах.

Не о волшебных техниках.

Не о манипуляциях.

Она будет о людях.

Потому что любая продажа начинается задолго до того, как продавец достанет коммерческое предложение.

Она начинается в тот момент, когда один человек искренне пытается понять другого.

А теперь давайте вспомним Фунтика.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.