

АРТЁМ ВОРОНА

ХУДШАЯ БАЗА

Орлов В.	412 000
Клименко С.	186 000
Белов Д.	154 000
Савина Е.	131 000
Гончар П.	118 000
Тихонов А.	96 000
Лопин Р.	74 000
Зуева Н.	52 000

Ракитин М.

0

ДЕЛОВОЙ РОМАН

Роман о том, как выигрывать сделки,
когда конкурент дешевле

Артём Ворона

Худшая база

<https://litres.ru/74680069>

SelfPub; 2026

Аннотация

Матвею Ракитину двадцать шесть, он пришёл в продажи облачных услуг из контакт-центра и получил «Сибирь» — шестьдесят три клиента, от которых отказались все до него: одни ушли к конкуренту, другие годами не берут трубку, а третьи после девятичасовой аварии не хотят слышать название компании.

Связей у Матвея нет, конкурент почти везде дешевле, и за год ему приходится научиться тому, чему не учат на тренингах: узнавать о клиенте то, чего нет на сайте, находить человека, который на самом деле пишет бумагу для решения, и называть слабые места до того, как о них спросят. Впереди у него кондитерская фабрика, где резервные копии годами никто не проверял, зоомагазин после провальной «чёрной пятницы» и тендер на сорок семь миллионов, в котором конкурент дешевле на тринадцать процентов.

Это деловой роман о B2B-переговорах, которые выигрывают до встречи. Между главами — случаи из пятнадцати лет практики автора в телекоме, IT и страховании.

Книга выходит по главам.

Артём Ворона

Худшая база

Прежде чем начать

Когда я только начинал работать, мне казалось, что переговоры выигрывает тот, кто лучше говорит. Сильная презентация, правильные аргументы, быстрые ответы на возражения. Потом мне повезло встретить человека, которого я до сих пор считаю своим учителем по переговорам, и больше всего меня удивило не то, как он вёл встречу, а сколько внимания он уделял тому, что происходит до неё и в её первые минуты.

С тех пор я провёл сотни собеседований с продавцами и много раз ездил с менеджерами к клиентам и тысячи самостоятельных встреч. Картина повторяется с упрямством: сделку чаще всего теряют не на встрече и даже не после возражения, а раньше, на подготовке. И нередко теряют её опытные люди, которым кажется, что они разберутся по ходу.

Правила переговоров легко пересказать. Все кивают, а на следующей встрече человек снова начинает с истории своей компании и количества филиалов. Мне кажется, работает другое: собственная ошибка, разобранный спокойно и по шагам, и следующая попытка, в которой видно, что изменилось.

Поэтому я написал историю. Матвей Ракитин — вымышленный герой, как и компания «Ладога Клауд», её клиенты и конкуренты. Ему двадцать шесть, он пришёл в продажи об-

льных услуг для бизнеса из контакт-центра и получил базу клиентов, от которой отказались все остальные. Год его работы — это год ошибок, неудобных разговоров и подготовки, без которой ни одна из его побед не случилась бы.

Между главами я иногда рассказываю случаи из собственной практики продаж в телекоме, IT и страховании. Они короткие, сюжету не мешают, и мне хотелось, чтобы рядом с выдуманной историей стояли настоящие.

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.