



# НОВИНКИ

ПО

# Организации продаж

Ноябрь-декабрь 2014



**Каплунов, Д. Копирайтинг массового поражения / Д. Каплунов. - М. ; СПб. ; Нижний Новгород : Питер, 2014. - 256 с.**

Грамотно составленный рекламный текст способен стать эффективным оружием продаж, а неубедительный — это выброшенные на ветер деньги. В этой книге собрана коллекция специальных приемов, техник и тактик, которые используются при написании рекламных текстов, и все это показано на реальных примерах из практики. Фактически вы получите в свои руки мощнейший инструмент, который поможет вам придать собственным текстам эффективную окраску. Вы узнаете, как можно привлечь внимание читателя, заинтересовать его своим словом и деликатно «подтолкнуть» к совершению необходимого действия. Помимо профессиональных секретов вы также получите несколько готовых решений, которые можно применять уже завтра. Рекомендуется копирайтерам, специалистам в области рекламы, PR и маркетинга.

**Перминов, С. М. Построение розничных и дистрибьюторских сетей : создание, организация и контроль бизнеса / С. М. Перминов. - М. ; СПб. ; Нижний Новгород : Питер, 2014. - 640 с.**

Издание посвящено правилам построения розничных и дистрибьюторских сетей. Рассмотрены ключевые вопросы управления: организация работы менеджеров, руководителей отделов продаж, работа с производителями, с коллективом и обучение сотрудников, бюджетирование сети и др.





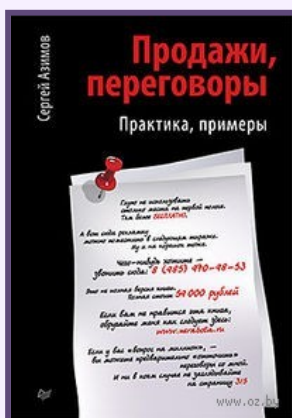
**Самсонова Е. Танец продавца, или нестандартный учебник по системным продажам / Е. Самсонова. - М. ; СПб. ; Нижний Новгород : Питер, 2013. - 352 с. - (Продажи на 100%).**

В книге освещаются: идея системности процесса продажи; технология продаж для любого продукта; расширенное понимание того, что покупают люди и что и как им нужно продавать; уникальные техники сбора информации о потребностях, выгодах и ценностях клиента; целый набор "отмычек": хитростей и приемов, делающих продажи более эффективными; нюансы применения давно знакомых техник и приемов продаж; уникальная технология подготовки к любой встрече и переговорам. А также множество других ноу-хау автора, разработанных на основе более чем десятилетнего опыта работы с различными компаниями в качестве консультанта и тренера.

**Галун, Д. Визуальный мерчандайзинг на раз-два-три-четыре-пять : практический курс / Д. Галун. - М. ; СПб. ; Нижний Новгород : Питер, 2012. - 128 с. : ил.**



Книга отвечает на вопросы, где, как и когда наиболее эффективно осуществлять презентацию одежды и обуви различных сегментов рынка розничной торговли. Впервые в истории отечественного и мирового визуального мерчандайзинга его практические основы описаны просто, понятно и убедительно. Уникальный опыт автора — работа с такими иностранными брендами, как Celine, Sergio Rossi, Lanvin, Emanuel Ungaro, Nina Ricci, отечественными брендами категории премиум (Уварова.Готовое платье на заказ) и массмаркетом (Incity, Sela) синтезирован на страницах книги. Книга будет интересна также дизайнерам, всем, кто изучает приемы визуального воздействия на потенциального клиента.



**Азимов С. Продажи, переговоры : практика, примеры / С. Азимов. - М. ; СПб. ; Нижний Новгород : Питер, 2014. - 320 с.**

Книга содержит минимум описательных стратегий и максимум конкретных речевых техник и заготовок, которые встречаются при продажах и переговорах.

***Руководство по закупкам / ред.: Н. Димитри, Г. Пига, Дж. Спаньоло. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 695 с.***

"Руководство по закупкам", подготовленное ведущими мировыми экспертами в области закупок, раскрывает основные современные экономические механизмы, базируясь как на последних научных работах в этой области, так и на сложившейся разнообразной международной практике государственных и корпоративных закупок. В учебном пособии рассматриваются проблемы управления закупками, распределения рисков, построения закупочных систем, механизмы стимулирования участников закупок, проблемы и методы борьбы со сговором и коррупцией в закупках. Подробно раскрываются механизмы ценообразования и репутации, разнообразие шкал оценки предложений поставщиков и методы присуждения контрактов, пути стимулирования инноваций в процессе закупок. Основываясь на результатах междисциплинарных исследований, данное руководство предоставляет практические рекомендации государственным служащим, менеджерам, экономистам и юристам, участвующим в разработке механизмов корпоративных и государственных закупок. Предназначено для аспирантов, студентов магистратуры, бакалавриата, для обучающихся по программам МВА и МРА, программам профессиональной переподготовки и повышения квалификации специалистов по закупкам, а также для аудиторов и работников контролирующих органов.

