***Наука продаж: от технологии к искусству. – 2020. – № 3.***

**Юферев, Д. Тренды в аналитике: что будет влиять на продажи** **в 2020** / Д. Юферев // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2020. – № 3. – С.2-6.

Как компаниям развивать культуру работы с данными – собирать, анализировать и принимать в результате взвешенные бизнес-решения?

**Поликаров, В. Для чего собственнику бизнеса персональная финансовая стратегия?** / В. Поликаров // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2020. – № 3. – С. 6-7.

Какие задачи решает персональная финансовая стратегия собственника? Как наличие такой стратегии помогает формировать цели бизнеса и обеспечивает свободу принятия решений?

**Илюха С. Почему мы не умеем договариваться** / С. Илюха // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2020. – № 3. – С. 8-12.

В комерческих переговорах иногда важно не иметь, что предложить, а найти слова, которые помогут правильно донести выгоды предложения до опонента.

**Бокарева В. Как продавцу звонить и не навязываться** / В. Бокарева // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2020. – № 3. – С. 13-15.

Как менеджеру по продажам не вызывать раздражение клиента своими частыми звонками и восприниматься как эксперт, у не как надоедливый коммивояжер?

**Прудских А. 6 причин, почему брендам нужны плохие отзывы покупателей** / А. Прудских // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2020. – № 3. – С.16-17.

Негативные комментарии могут быть также полезны для повышения доверия к бренду, как и положительные. Рассказываем почему.

**Лутовинов Н. Зачем компании нужен «портрет» клиента** / Н. Лутовинов// Наука продаж: от технологии к искусству. – 2020. – № 3. – С. 18-19.

Целый год был потрачен на то, чтобы научиться задавать своей аудитории правильные вопросы и сегментировать клиентов. В итоге это дало прирост продаж в 20%.

**Манвелян М. Как начать пользоваться CRM-маркетингом** / М. Манвелян// Наука продаж: от технологии к искусству. – 2020. – № 3. – С. 20-23.

Что нужно знать о CRM-маркетинге

**Боткин Д. Как потерять миллион долларов на продвижении в Интернете** / Д. Боткин // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2020. – № 3. – С. 24-29.

С помощью SEO по-прежнему можно получить доступ к огромной части рынка, где все вложения окупаються буквально за месяц, а можно и потерять.

**Волков В. 3 стратегии осознанного торга** / В. Волков // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2020. – № 3. – С. 30

Об осознаности, основных стратегиях и приемах ценового торга, как для продавцов, так и для закупщиков