

Самат Галиев

Тренинг активных продаж



Самат Галиев

Тренинг активных продаж

«Издательские решения»

Галиев С.

Тренинг активных продаж / С. Галиев — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-832636-3

Книга предназначена для руководителей, предпринимателей, менеджеров малого и среднего звена в области продаж и услуг, сомневающих в эффективности тренингов из-за их излишней «теоретизированности» и «запсихологизированности». Данный тренинг чисто практический, в нём нет «воздушных облаков» и замысловатых объяснений. В нём собрано основное, что необходимо и в простой, обычной обстановке общения. Книга полезна и для индивидуальных продавцов, желающих увеличить процент продаж.

ISBN 978-5-44-832636-3

© Галиев С.
© Издательские решения

Содержание

1. Введение	6
2. Оценочный лист	7
3. Начало тренинга	9
4. Внешность	10
Одежда	10
Жесты	12
Взгляды	15
Уравновешенность	16
Конец ознакомительного фрагмента.	17

Тренинг активных продаж

Сагат Галиев

© Сагат Галиев, 2023

ISBN 978-5-4483-2636-3

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

1. Введение

Процесс продажи начинается уже с того момента, как посетитель переступает порог магазина. Продавец имеет возможность на расстоянии управлять поведением посетителя. Это управление – подстройка к поведению покупателя: считывание его жестов, поз, походки и других телесных проявлений. Подойдя к посетителю, продавец соответственно настраивает и свой голос для обращения, беседы. Используя образные сравнения и логические последовательности, консультант подготавливает клиента к покупке.

Идеально это так. А как выглядит реально, на самом деле?

Вспомните тот момент, когда Вас знакомят с неизвестным человеком. Как мы его воспринимаем? Из чего складывается наше первое впечатление?

На 55% оно складывается из того, как человек выглядит, а именно:

одежда (стиль одежды, обувь, прическа),
телосложение (худой, толстый, атлет),
жесты (принимающие, отвергающие),
позы, походка (естественные, манерные),
мимика, улыбка, взгляд.

Все это подсознательный ум считывает за четыре секунды. И у нас уже более чем наполовину готовое представление о незнакомце.

Незнакомец произнес свое имя и начал говорить. И наше представление о нем дополнилось еще на 38%. Причем, эти проценты представления о человеке дополнены не тем, что незнакомец говорит, а тем, как он произносит слова и приятная ли у него речь.

И что же в итоге в процентах? $100\% - 55\% - 38\% = 7\%$.

7% – это тот остаток в представлении о незнакомце, который он сам создает смыслом произносимой им речи. Это то, *что* он говорит.

Для чего Вам предложен этот процентный расклад? Встреча покупателя с товаром сродни знакомству его с неизвестным человеком. Но товар не может говорить. Он не может презентовать, предложить себя. Эти функции делегированы продавцу. Продавец берет на себя ответственность и обязанность знакомить товар с покупателем. Насколько продавец пригласит товар к покупателю, настолько и к товару притянется покупатель.

Исходя из этого, удобный учебник по продажам, умению торговать должен более чем наполовину состоять из того, как взаимодействовать с покупателем на уровне жестов и телодвижений. 38% всех страниц должны знакомить с навыками управления своим голосом, его влиянием на собеседника. И лишь небольшая часть – 7% страниц – указывать на то, что при этом говорить.

На основе данного процентного расклада и строится тренинг – «Тренинг продаж».

Тренинг состоит из четырех частей.

1. В первой части формируются навыки невербального, бессловесного общения с посетителем, а именно: как считывать информацию с человека, переступающего порог магазина, и как этой информацией пользоваться.

2. Во второй части дан материал по улучшению звучания своего голоса, а именно: как настроить свой голос, его составляющие.

3. Третья часть представлена собранием различных техник и приемов продаж, построенных на основе психосемантического направления в психологии. Здесь же приведены и дополнительные техники, которые напрямую не связаны с фактом взаимодействия «продавец – покупатель», но влияют на эффективность процесса продажи.

4. В четвертой части – консолидируются и согласовываются все ранее усвоенные навыки в процессе пробной разовой «продажи» в кругу тренинга.

2. Оценочный лист

Для мониторинга овладения навыками используется **оценочный лист**. (Приложение №1).

Оценочный лист состоит из трех частей: «А», «Б», «В».

В графы части «А» вносятся данные по проявлению и развитию невербальных навыков, – а в рамках наших представлений о процессе продажи это занимает 93% успеха всего дела.

В части «Б» фиксируются показатели успешности овладения вербальными средствами в продвижении товара. Это – специальные техники и приемы продаж.

В части «В» представлена общая структура диалога покупателя и продавца.

На этапе завязывания разговора основная роль отводится элементам из части таблицы «А». В основной части – части беседы – к ним присоединяются приемы вербальных средств воздействия из раздела таблицы «Б».

Данное разделение, конечно, условно, но в самом процессе обучения весьма полезно.

В части «А» ведущий проставляет оценки участникам за качество по овладению навыками считывания жестов и управления своим голосом. В части «Б» – оценки за способность выполнять ту или иную технику, способствующую продаже. В части «В» – оценки за умение синхронизировать полученные навыки.

Оценки проставляются ведущим тренинга по 5-бальной шкале, где: 1 – «ужасно», 2 – «плохо», 3 – «средне», 4 – «хорошо», 5 – «отлично», – *если это не оговорено иным способом в каждом конкретном упражнении*. Эта оговорка касается цифр со знаком «минус», парных цифр, заменой цифр словами или объективно фиксируемыми данными. Достоверность в проставлении баллов определяется в ряде упражнений опытом и компетентностью ведущего, в других случаях – цифрами экспертных оценок участников тренинга.

Лист заполняется непосредственно во время тренинга, после каждого выполненного упражнения. Главное его назначение, главная функция – помочь участникам оценить свое профессиональное мастерство, как в абсолютном измерении, так и в относительном – в сравнении с цифрами других участников. Вторая функция – направляющая, а именно: показать, над чем участникам тренинга, прежде всего, нужно работать, а на что можно не обращать большого внимания. Третья функция – сравнительно – стимулирующая: при повторении тренинга через полгода – год можно оценить, насколько участники исправили свои недостатки по каждому из навыков.

Другая дополнительная информация по листу будет даваться по ходу тренинга.

Для прояснения и образного представления приведен реальный пример оценочного листа.

Часть «А»	55%					38%												
ФИО	Внешность					Голос						Стиль						
	Одежда	Жесты	Взгляды	Уравновешен	Выслушивание	Громкость	Тон	Произношение	Интонация	Тембр	Энергичность	Говорливость	Парафразы					
Мария	- 20	4	0	-3	3	2	4	4/4	4/2	Возд	5	38 с	5					
Лиана	- 23	5	4	-4	4	3	2	5/5	3/6	Аром	4	126с	3					
Вадим	- 16	2	4	-6	4	4	4	2/4	4/1	Мягк	6	43с	4					
Ирина	- 19	2	1	-1	3	4	2	3/3	3/2	Шерш	3	209с	2					
Инна	- 13	3	3	0	5	4	3	4/5	1/3	Легк	5	65с	4					
Венер	- 5	5	2	-2	1	5	5	3/4	4/3	Объем	2	73с	5					
Часть «Б»	Техники – 7%																	
ФИО	Убеждения												Анти - возражения					
	Результат	Раскрытие	Позиции	Встроенные	Ключи	Как было	Шаг в будущее	Шаг в прошлое	В прош. - в буд.	Возвращение	Желательное	Кадтинка	Опыт покупателя	Опыт других	Идеализация	Отрицание	Переклочение	Объединение
Мария	4	2	5	5	3	2	4	4	5	4	5	7	5	4	5	3	4	5
Лиана	3	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	3	4
Вадим	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	8	4	2	4	5	5	5
Ирина	4	5	3	5	5	4	5	5	4	3	5	6	3	4	5	4	2	3
Инна	5	3	4	4	5	3	5	3	3	4	4	4	3	4	5	5	3	4
Венер	4	4	2	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
Часть «В»	Общая структура контакта продавца и покупателя																	
ФИО	Завязывание разговора (жесты, голос)			Основная часть (голос, техники)					Завершение (выход из диалога)					Примечание				
Мария	Отлично			Отлично					Отлично									
Лиана	Средне			Средне					Отлично									
Вадим	Хорошо			Плохо					Отлично									
Ирина	Хорошо			Отлично					Отлично									
Инна	Плохо			Хорошо					Отлично									
Венер	Хорошо			Плохо					Отлично									

3. Начало тренинга

Напомню, как проводится тренинг.

1. Тренинг проводится в круге, наподобие «круглого стола». Участники, включая тренера, рассаживаются на стульях по окружности.

2. Ведущий объясняет участникам, что такое тренинг. Тренинг – это форма взаимодействия между членами группы, направленная на самосовершенствование навыков и способностей.

3. Определяется цель тренинга. В данном случае, это – овладение эффективными навыками продажи.

4. Следующий этап – задачи. Задачи – это конкретные способности, овладение и обладание которыми позволит достичь нашей цели. Задачей может быть понимание, как правильно носить фирменную одежду, читать жесты посетителя, находиться в состоянии уравновешенности и покоя, внимательно слушать, чувствовать выражение глаз посетителя, владеть и управлять особенностями своего голоса, особенностями построения своей речи, искусно владеть техниками предложения товара, а так же умению устанавливать и поддерживать контакт с покупателем. О задачах можно рассказать, используя графы оценочного листа.

5. После фиксации задач идет высказывание и обсуждение участниками ожиданий от тренинга, от тренера, от других участников, от своего личного участия.

6. Необходимый и значимый этап – правила, которым следуют все без исключения участники группы. Первое правило – сбор и уход участников тренинга совместно и в строго определенное время. Другие правила: говорим от своего имени, каждый участник имеет право высказаться по теме или, наоборот, воздержаться. Необходимое правило – отключение сотовых телефонов.

7. После выработки правил – фаза знакомств и уточнений форм обращений. Формы обращения могут быть на «Ты» и на «Вы». Допускается обращение по «имени», либо по «имени – отчеству».

8. Следующий этап – знакомство участников с оценочным листом. Желательно бланки оценочных листов раздать участникам, поскольку это может помочь им в работе над собой, своими навыками и способностями. Процедуру заполнения оценочного листа ведущий может не рассказывать, лишь отметив, что в этом понадобится помощь всех участников группы. Так же следует упомянуть, что полученные данные по оценочному листу могут быть подвергнуты сравнительному анализу при повторном проведении тренинга. Это высказывание стимулирует участников группы более ответственно подойти к предстоящим занятиям.

9. Фаза вопросов и ответов. Акцент на том, что многие ответы будут получены в процессе выполнения упражнений.

После вопросов участников и ответов на них ведущим можно переходить непосредственно к проведению тренинга.

Ведущий дает информационный материал, представленный перед практическим упражнением, при необходимости расширяет его, добавляет в него пожелания других участников, и, без пауз, переходит к практической части овладения навыка.

Тренинг начался – успешной работы.

4. Внешность

Одежда

Если театр начинается с вешалки, то магазин – с одежды продавцов. Присутствие стандартной фирменной формы не исключает возможность её анализа, поскольку эту одежду можно носить различным образом.

Важность этой детали внешности обсуждается в кругу тренинга. Участники высказывают свое мнение по этой теме, не касаясь особенностей одежды конкретных участников тренинга.

В обсуждение привносится идея, что одежда – это визитная карточка человека. Если «визитка» привлекает внимание – ею пользуются. Если не замечают эту «визитку», то её, скорее всего, проигнорируют.

Обсуждается так же поговорка: «Человека встречают по одежке, а провожают...». Участникам тренинга предлагается закончить эту фразу по своему усмотрению.

После окончания обсуждения предлагается первое упражнение. Участников настраивают на практический склад проводимого тренинга, на работу, на ответственность.

Упражнение №1.

Цель. Найти недостатки в одежде, имидже, стиле участников тренинга.

Материал. Ручки, листки бумаги.

Процедура проведения. Выбранный участник сидит в расслабленном состоянии на своем месте и при этом ничего не говорит. Остальные участники на листочках описывают его внешность, указывая на недостатки и погрешности в одежде, обуви, комплектации, причёске, остальном. В описаниях могут включаться пожелания и рекомендации от самих участников. Каждый работает самостоятельно. Работа проводится анонимно, листки не подписываются. По окончании работы ведущий собирает листки, скрепляет их скрепкой и пишет на первом из них имя обладателя этих качеств. Затем он выбирает другого участника для этого же упражнения. Нет необходимости проводить это упражнение полностью в один день для всех участников. Желательно распределить это упражнение и на другие дни для оставшихся участников. Во избежание недоразумений и для компактности предъявления, содержание листков перепечатывается «слово в слово» на компьютере, а распечатка дается адресату на следующий день. По желанию адресата материал обсуждается. Обращается внимание на повторы упоминаний погрешностей, даются рекомендации.

Инструкция. «Прошу выбранного мною участника просто молча сидеть. Задача остальных – описать недостатки его внешности, – одежды, обуви, причёски и всего, что вы считаете нужным отметить. Работа проводится самостоятельно и анонимно. По выполнении задания я соберу листочки, перепечатаю их на компьютере на одном листе и только на следующем занятии готовый текст верну обладателю этой внешности».

Оценочный лист. Напротив фамилии участника в столбце «одежда» ведущий указывает общее количество обнаруженных дефектов и погрешностей во внешности. Ставится цифра со знаком «минус».

Примеры (орфография и пунктуация сохранены, – автор):

ВАДИМ.

- 1.Одеть костюм (строгий), улыбаться почаще
- 2.Строгий офисный костюм
расстегнуть верхнюю пуговицу на рубашке
- 3.Стрижка, обувь, быть помягче
- 4.Галстук, бейджик, костюм,

блокнот или книжка – блочка

5. Галстук темно-синий, тяжелый браслет на правой руке, больше кожаного: папка, кейс, булавка или запонка не яркая, но дорогая, можно очки с толстой оправой

ИРИНА.

1. Уверенность в себе, открытость, дружелюбие, взгляд открытый, мрачный вид из-за того, что много черного, осанка, походка

2. Побольше улыбаться, накрасить губы, сменить цвет одежды, нарастить ногти

3. Пересмотреть внешний вид, присутствие *редко* озлобленности, быть поярче как девушке

4. Одежда более светлые тона, костюм, белая блузка, юбка, женский портфель, видимые сережки

ИННА.

1. Не ругаться матом, вату в носки ботинок (а то они поотбивались), бросить курить

2. Сменить цвет волос и прическу

3. Поменять ручку на более деловитую, можно добавить на руках украшения (золото), одежда чуть поярче (можно)

4. Больше уверенности в собственных действиях и словах

5. Перекраситься в темный цвет (волосы).

ВЕНЕР.

1. Почаще улыбаться

2. Начистить до блеска обувь

3. Почистить ботинки, парфюм

4. Длину брюк (когда сидит, сильно видно носки)

5. Внешность нормальная

6. Не надо ничего делать, и так все отлично

Жесты

Жесты – это послания, сказанные, но не произнесенные. Обращая внимание на жесты, вначале можно увидеть только их поверхностное проявление. Более глубокие и скрытые жесты раскрываются позже, когда Вы достаточно внимательно взгляните в них. Вглядывание в них – это и есть процесс считывания жестов. Нельзя сказать, что считывание жестов – это односторонний процесс. По не совсем ясным законам психологии человек, на которого обращено внимание, также в себе чувствует интерес к другой стороне. Мною было замечено, что если я останавливаюсь возле торговой палатки на стороне знакомого мне продавца, покупатели начинают подходить и интересоваться товаром. Видимо, потому, что я не только общаюсь с продавцом, но и параллельно по привычке анализирую жесты и походки проходящих мимо людей. Поэтому, продавцы неохотно прощались со мной и просили чуть задержаться.

Было бы рационально и практично устанавливать невидимый контакт с человеком посредством понимания, просто понимания его внутреннего состояния. И первый контакт – понимание его жестов. Любому человеку льстит, прежде всего, внимание к себе, любимому. И это первичное внимание мы ему предоставляем, считывая и понимая его жесты. Не пользоваться этим было бы ошибкой.

Существуют три правила прочтения жестов.

1. Один и тот же жест может соответствовать различным душевным состояниям.

2. Состояние человека оценивается только по совокупности жестов.

3. Существует динамика – изменение жестов и, соответственно, душевного состояния человека.

Упражнение №2.

Цель. Заучивание жестов, поз, походок.

Материал. Листы приложения №2 по количеству участников.

Время. В форме домашнего задания.

Процедура проведения. Листы приложения №2 раздаются участникам тренинга. Предложенный на листах материал поясняется, при необходимости ведущий эти жесты демонстрирует. Ведущий предлагает выучить полученный материал к следующему занятию. На следующем занятии – проверка заученного материала, обсуждение его, поиск новых форм жестов и проявлений состояния человека.

Инструкция. «Вам будут розданы листы. Вам нужно запомнить весь материал, представленный на листе. Работа проводится в форме домашнего задания. Проверка Вашей памяти и заученного материала – на следующий день тренинга».

Оценочный лист. Не используется.

Упражнение №3.

Цель. Отслеживание участником наиболее проявляемые у себя жестов, а так же интерпретация их.

Процедура проведения: В форме обсуждения предложенного задания.

Инструкция. «Вспомните, какие жесты вы используете чаще всего. Как бы Вы их объяснили?»

Оценочный лист. Не используется.

Упражнение №4.

Цель. Отслеживание у других участников тренинга наиболее проявляемых жестов, а так же интерпретация их.

Процедура проведения. В форме обсуждения предложенного задания.

Инструкция. «Вспомните, какие жесты чаще всего используют Ваши коллеги – участники нашего тренинга. Как бы Вы их объяснили?»

Оценочный лист. Не используется.

Упражнение №5.

Цель. Отслеживание у посетителей магазина жестов, поз, походок. Интерпретация.

Время. В форме рабочего задания.

Процедура проведения. Участники тренинга на своих рабочих местах отслеживают жесты посетителей, обращая особое внимание на новые, неизвестные им жесты. Во время тренинга полученный материал обсуждается.

Инструкция. «Во время своей непосредственной работы обратите внимание на жесты посетителей. Запомните эти жесты, чтобы на следующей нашей встрече объяснить их».

Оценочный лист. Не используется.

Упражнение №6.

Учитывая по внешним признакам состояние человека, можно достаточно организованно структурировать беседу.

При этом продавец всегда говорит в положительном ключе. Даже если клиент демонстрирует негативные эмоции, мы указываем на возможность появления и проявления противоположных чувств. То есть, если человек угнетен, мы его подбадриваем; если устал – предлагаем присесть или снять тяжелую одежду; если зажат – говорим о расторможенности и свободе.

Цель. Координация и согласование обращения к посетителю с проявляемыми им жестами, позами, походкой.

Процедура проведения. Участники тренинга подстраивают свои слова к жестам ведущего. Жесты ведущего при этом постоянно меняются. Соответственно и фразы подстройки звучат разные. По завершению задания материал обсуждается и уточняется.

Инструкция. Ведущий: «Я – покупатель. Я буду демонстрировать различные жесты, сопровождающие моё состояние, либо мой интерес к товару. Ваша задача – определить мое состояние по этим жестам и подобрать именно те фразы, которые, учитывая мое расположение духа, помогли бы мне выбрать товар. При этом, никаких слов, отражающих иногда моё негативное состояние, не произносим. Приступаем к работе».

Оценочный лист. В этом итоговом упражнении по теме «Жесты» заполняется оценочный лист. Правильное выполнение этого упражнения свидетельствует об успешности понимания и использования всей этой тематики. Наиболее активные и точные при подстройке к тренеру премируются высокими баллами, пассивные же участники довольствуются низкими цифрами.

Примеры согласования обращений к посетителю с его жестами.

Плечи приподняты (угнетенность), – «Вы можете это примерить...», «ознакомиться с инструкцией...».

Плечи опущены (свобода), – «здесь большой выбор...».

Плечи вперед (зажатость), – «будете чувствовать себя свободней...».

Плечи назад (раскованность), – «большое разнообразие...», «доступные цены...».

Корпус вперед (интерес), – «необычный цвет...», «оригинальная модель...».

Корпус назад, остановка (оценивание), – «достаточно прочная...», «еще хорошо то, что...».

Корпус назад, поворот (потеря интереса), – «есть другие варианты...».

Взгляд сбоку, снизу (недоверие), – «не всем нравится, однако...».

Взгляд с наклоном головы (интерес), – «интересный фасон...», «хорошо в этом выглядите...».

Жесты закрытости, – «простота в использовании...», «всегда можно...».

Пальцы сцеплены за спиной (солидность), – «эксклюзивная модель...».

Кисть захватывает локоть за спиной, или палец между губ, или ладонь потирает запястье другой руки (просьба о помощи), – «если не возражаете, я вам подскажу, помогу...».

Большой палец в стороне (самоуверенность), – «дорого, но это того стоит...».

Почесывание носа (сомнение), – «ещё хорошо то, что...».

Касание нижней губы (принятие решения), – пауза... и «великолепно смотрятся».

Ноги расставлены, опора на обе ноги (уверенность), – «достаточно удобная вещь...».

Ноги чересчур расставлены (показная уверенность), – «никто не будет сомневаться, что...».

Смена опоры на ноги (усталость), – «можете присесть, снять верхнюю одежду...».

Носки врозь (общительность), – «мы можем предложить Вам...».

Носки внутрь (скрытость), – «если что, обращайтесь...».

Носки на что-то (интерес), – «интересная модель...».

Зрачки расширены (интерес), – «много положительного в...».

Зрачки сужены (потеря интереса), – «если посмотреть с другой стороны...».

Походка, шаги широкие (активность), – «стильная вещь, качественная...».

Походка, шаги мелкие (расчетливость), – «удобное соотношение «цена – качество...».

Походка, ступни сильно вверх (идеализация), – «в нем вы намного лучше выглядите...».

Кроме всего, жесты подготавливают нас, с какой интонацией мы будем разговаривать с покупателем.

Взгляды

Понимание взглядов не всегда поддается рациональному объяснению. Одно дело – определять интерес по расширяющимся зрачкам, другое – чувствовать в глазах блеск и намерения.

Предложенное упражнение направлено на развитие интуиции, – возможности узнавать по взгляду желание приобрести товар. Умение читать по глазам часто определено природной склонностью, врожденными способностями человека. Этими способностями нередко обладают представительницы одного народа, которые, используя свой дар, стараются иногда ввести нас в заблуждение. Мы не будем никого вводить в заблуждение, но развивать эту способность определять по глазам стремление человека к приобретению весьма желательно.

Упражнение №7.

Цель. Развитие способности чувствовать в глазах желания человека.

Процедура проведения. Один из участников (участник А) выходит из комнаты. Ведущий назначает среди остальных участников двух или трех человек, которые «как – будто» хотят совершить покупку. Участник А возвращается. Его цель – используя зрительный контакт с остальными участниками, определить «покупателей». При этом остальные участники смотрят ему в глаза, не реагируя мимикой, словами или иным образом. Упражнение с каждым участником повторяется. Проводится обсуждение. В ходе обсуждения удачных ответов выявляются индивидуальные стратегии в поиске и нахождении искомых взглядов.

Инструкция. «Наша задача – определить, насколько развита у нас интуиция – возможность определять по глазам желания человека. Сейчас один из участников покинет нашу комнату. Я назначу среди оставшихся двух человек, которые будут играть роль покупателей, но играть роль только глазами. Единственное, что они могут, говорить мысленно: „Я хочу купить“. Остальные участники также мысленно про себя говорят противоположное: „Я не хочу покупать“. Эти слова вы должны мысленно произносить при встрече с взглядом участника, который сейчас выйдет из комнаты, а после назначения мною двух людей – „покупателей“, по моему сигналу вернется».

Оценочный лист. Подсчитывается общее количество правильных ответов по каждому участнику. Цифры заносятся в оценочный лист.

Уравновешенность

Большинство людей к концу рабочего дня устает. Эта усталость связана не столько с мышечными и умственными затратами, сколько с неэффективностью их использования. Уставший человек не способен полностью себя выложить при предложении товара покупателю. Поэтому, желательно для продавца находиться в состоянии покоя и равновесия. Находясь в покое и равновесии, продавец способен более эффективно предложить покупателю товар. Ведь прежде, чем научиться ходить, нужно научиться правильно стоять; прежде, чем правильно говорить, нужно научиться слушать; прежде, чем решать задачу – установить умственную тишину.

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.