

SPIS TREŚCI

KRÓTKI WSTĘP _____	9
1.	
NASTAWIENIA W SPRZEDAŻY _____	11
<i>Co to są nastawienia?</i> _____	12
<i>Cztery kroki pasywnego handlowca, który kieruje się swoimi nastawieniami</i> _____	16
<i>Cztery kroki nowoczesnego handlowca, który minimalizuje wpływ nastawień</i> _____	18
2.	
POZYSKIWANIE KLIENTÓW —	
PIERWSZY TELEFON _____	23
<i>Pierwsza rozmowa telefoniczna z nowym klientem</i> _____	30
3.	
ROZMOWA Z PANIĄ W SEKRETARIACIE	
W RAMACH PIERWSZEGO KONTAKTU _____	45
<i>Kilka praktycznych podpowiedzi na koniec</i> _____	54

4.

UTRZYMYWANIE UWAGI KLIENTÓW PODCZAS SPOTKAŃ ONLINE I TELEFONICZNYCH ORAZ PREZENTACJI	59
<i>Dlaczego nie warto tak robić?</i>	61
<i>Jak utrzymywać uwagę klientów?</i>	63
<i>Przydatne podpowiedzi</i>	71
<i>Kilka słów na zakończenie</i>	74

5.

PIERWSZA ROZMOWA TELEFONICZNA Z DECYDENTEM	77
<i>Dźwignia pierwsza — zdobycie uwagi decydenta</i>	82
<i>Dźwignia druga — podtrzymanie uwagi i przejście do zainteresowania</i>	84
<i>Dźwignia trzecia — angażowanie decydenta w rozmowę</i>	86
<i>Dźwignia czwarta — kontraktowanie działań</i>	87

6.

JAK NIE MÓWIĆ I NIE PISAĆ DO KLIENTÓW... CZYLI O NASZYCH PRZEMĘCZONYCH MÓZGACH	95
<i>Jak działa nasz mózg?</i>	97
<i>Jak rozmawiać z klientami?</i>	100
<i>Kilka słów na zakończenie</i>	104

7.

ODKRYWANIE POTRZEB	107
---------------------------	------------

8.

JAK PRZEKONYWAĆ KLIENTA, ŻEBY GO ZACHĘCIĆ, A NIE ZNIECHĘCIĆ? _____ 125

Dlaczego nie warto tak robić? _____ 128

*Jak przekonywać klientów skutecznie i etycznie,
czyli zestaw narzędzi perswazyjnych nowoczesnego handlowca* _____ 132

*Przydatne odpowiedzi dotyczące wszystkich metod
etycznej perswazji* _____ 134

Kilka dobrych przykładów na zakończenie _____ 144

9.

PRACA Z WĄTPLIWOŚCIAMI I OBJEKCJAMI KLIENTA _____ 147

Przydatne odpowiedzi _____ 153

Kilka słów na zakończenie _____ 154

10.

ROZMOWY O CENIE _____ 157

Jak przekonywać klientów skutecznie, etycznie i zgodnie z wiedzą? _____ 163

Przydatne odpowiedzi _____ 168

Kilka słów na zakończenie _____ 170

11.

AKTYWNE PODSUMOWANIE SPOTKANIA _____ 171

Kilka słów na zakończenie _____ 179

12.

SPRZEDAŻ METODĄ SPIN _____ 181

Jak sprzedawać metodą SPIN? _____ 183

Jak dokładnie stosować metodę SPIN? _____ 185

Przydatne odpowiedzi _____ 194

Kilka słów na zakończenie _____ 195

13.		
	TRUDNE ROZMOWY Z KLIENTAMI	199
	<i>Jak rozmawiać o trudnych sprawach?</i>	203
	<i>Inne techniki asertywnej komunikacji, które mogą Ci bardzo pomóc</i>	209
	<i>Przydatne podpowiedzi</i>	217
	<i>Kilka słów na zakończenie</i>	218
14.		
	SAMOOSŁABIANIE SIĘ HANDLOWCA	
	I CO Z TYM ZROBIĆ	219
	<i>Dlaczego nie warto zajmować się myślami destrukcyjnymi?</i>	223
	<i>Przydatne podpowiedzi</i>	240
	<i>Kilka słów na zakończenie</i>	244
15.		
	OD OFERTY DO OKAZJI:	
	MISTRZOSTWO UP-SELLINGU	245
	<i>Jak to robi pasywny handlowiec?</i>	247
	<i>Up-selling — model składania propozycji krok po kroku</i>	256
	<i>Kilka słów na zakończenie</i>	259
16.		
	SPRZEDAŻ PRZYSZŁOŚCI	261
	BIBLIOGRAFIA	291