

Spis treści

Praktyczne porady sprzedażowe, z którymi możesz zapoznawać się na co dzień i bezzwłocznie stosować je w praktyce.

*Przeczytaj tę książkę od deski do deski.
Otwórz ją w dowolnym miejscu i ucz się
tego, czego w danej chwili potrzebujesz.
Natychmiast zastosuj zdobyte informacje.*

10,5 przykazania skutecznej sprzedaży Jeffreya Gitomera	17
12,5 wartości zawodowego sprzedawcy	40
Część 1. Reguły, sekrety, dobra zabawa	43
1.1. Księga stworzenia	43
Co nowego można znaleźć w książce sprzed dwudziestu lat?	44
„Niestety, nie ma takiej możliwości”	45
No dobrze, więc co będziesz z tego miał?	48
8,5 sposobu, jak najlepiej wykorzystać tę książkę	50
Dawne metody sprzedaży już się nie liczą... czy coś w tym rodzaju	53
Samoprzylepne karteczki Twoim kluczem do sukcesu	56
1.2. Księga reguł	59
39,5 sposobu na sukces w sprzedaży	60
DHD	66
1.3. Księga sekretów	69
Dlaczego handlowcom nie zawsze się udaje?	70
Nie jesteś urodzonym handlowcem — naucz się zarabiać!	73
Co jest nie tak z tą transakcją? <i>Problemem jesteś Ty!</i>	75
Łącznik między pozytywnym a negatywnym	78
Jak klient (naprawdę) chce być traktowany	81
Jak (tak naprawdę) chce być traktowany handlowiec	84
Jak znaleźć czuły punkt klienta?	87

1.4. Księga wielkich sekretów	91
Najlepsze transakcje robi się z przyjaciółmi	92
Twój obecny klient jest Twoim najlepszym przyszłym klientem	95
Poniedziałek — najlepszy dzień na zamykanie transakcji	98
Życiowe credo	100
1.5. Księga humoru	103
Nie macie pojęcia, co mi się przytrafiło po drodze!	104
 Część 2. Jak olśnić klienta	 107
2.1. Księga zachwyków	107
Efekt WOW pomoże Ci zrobić dobry interes	108
Czy korzystasz z efektu WOW?	112
Pamięta mnie pan? Jestem handlowcem. Jak wszyscy inni	116
2.2. Księga pytań	119
Sprzedawać czy nie sprzedawać? Oto jest (MOCne) pytanie	120
Czy potrafisz przeprowadzić transakcję w pięciu pytaniach?	123
2.3. Księga Mocy	127
Jesteś teraz w mojej MOCy	128
 Część 3. Pozwólcie, że się przedstawię	 131
3.1. Księga autoprezentacji	131
Przepis na trzydziestosekundową autoreklamę	132
Jak zaprezentować się w 30 sekund?	135
Jak najlepiej wykorzystać zdobyte referencje?	137
3.2. Księga ofert	141
„Akwizytorom wstęp wzbroniony” — ulubiony napis handlowców	142
Jak dotrzeć do odpowiedniej osoby decyzyjnej i przedstawić jej ofertę?	144
Rozpoczęcie jest tak samo ważne jak zakończenie	148
Składanie oferty to dobra zabawa. Jeśli sam w to wierzysz	150
Etapy składania oferty	153

Część 4. Jak zrobić dobrą prezentację 157

4.1. Księga prezentacji	157
Jak ułatwić sobie sprzedaż? Trzeba nawiązać dobry kontakt z klientem	158
12,5 sposobu na przekonanie klienta do kupna	161
Gdzie i kiedy rodzi się zaufanie klienta do sprzedającego?	164
Słowa i zwroty, których należy unikać za wszelką cenę	167
Fizyczne zaangażowanie klienta = sprzedaż	169
Głupota prezentacyjna. Nie robisz tego, prawda?	172

Część 5. Wątpliwości, zamknięcie i kolejne podejścia 175

5.1. Księga wątpliwości	175
Wątpliwości — wystąp!	176
Przeszkody w praktyce. Praktyczne rozwiązania	179
Przewidywanie wątpliwości	183
Sprzedaż zaczyna się wtedy, kiedy klient zaczyna wątpić	186
5.2. Księga zamknięcia	201
Pierwsze 19,5 oznaki gotowości klienta do kupna	202
Odpowiadając na pytania klienta, unikaj odpowiedzi „Tak” lub „Nie”	205
Jak zadawać pytanie zamykające?	207
Sprzedaż na pieska	209
Niech piesek goni Ciebie	211
Najpierw zjedz deser!	213
Najlepsze zamknięcie transakcji wcale nie jest zamknięciem!	215
5.3. Księga wytrwałości	219
Narzędzia sprzedaży odgrywają ważną rolę	
w procesie rozwijania kontaktów z klientem	220
Człowieku, jesteś handlowcem od dziecka!	222
Och, nie... Tylko nie automatyczna sekretarka!	224
„Zostaw wiadomość po sygnale, na pewno do ciebie oddzwonię”. Na pewno... ..	226
Nie możesz się umówić na spotkanie?	229

Część 6. Przeciwności i przeciwnicy 231

6.1. Księga lamentów i biadolenia	231
Gdy zła sprzedaż przytrafia się dobrym ludziom	232
18,5 cechy nieudanej kariery sprzedawcy	235

6.2. Księga konkurencji	239
Tańczysz z konkurencją? Nie pomył kroków!	240
Część 7. Niech żyje Król Klient Wielki	243
7.1. Księga obsługi klienta	243
Tajemnica świetnej obsługi klienta	244
Doskonała obsługa klienta to potężne narzędzie sprzedaży	246
Reklamacje rodzą sprzedaż... jeśli dobrze na nie zareagujesz	249
Część 8. Głoszenie nowiny	253
8.1. Księga komunikacji	253
Cotygodniowe spotkania działu sprzedaży miejscem generowania nowych transakcji	254
Oferta zadziała, jeżeli tylko ją <i>napiszesz</i>	257
Chcesz sfinalizować więcej transakcji? Uważniej słuchaj!	260
Nauka słuchania w dwóch słowach: zamknij się!	264
Istnieje 100 mld różnych typów nabywców. Przekonaj się sam	268
8.2. Księga targów	273
35,5 zasady sukcesu na targach	274
Część 9. Nawiązywanie kontaktów	279
9.1. Księga nawiązywania kontaktów	279
Nawiązywanie kontaktów — sztuka poznawania właściwych osób	280
ABC nawiązywania kontaktów — jak rozpracować uczestników spotkania	283
DEF nawiązywania kontaktów — czerpać korzyści ze spotkania	286
Tworzenie więzi przy nawiązywaniu kontaktów	289
Gra w kontakty	293
Część 10. Prorocy i zyski	295
10.1. Księga trendów	295
Nowy gatunek handlowca — niehandlowiec	296
Co ma z tym wspólnego Bob Salvin? Wiele!	299

Część 11. W górę, dochodzie!	307
11.1. Księga liczb	307
Źródło sukcesu	308
Część 12. Media społecznościowe	315
12.1. Księga mediów społecznościowych i społecznościowej sprzedaży	315
Ewolucja powabu mediów społecznościowych prowadząca do skutecznej sprzedaży	316
Sprzedaż w mediach społecznościowych. W każdym razie coś w tym stylu	320
Co robisz każdego dnia w celu przyciągnięcia innych i budowania marki?	323
LinkedIn świetnie się sprawdza w biznesie, o ile używa się go z głową	326
Część 13. Rozgrzeszenie	331
13.1. Księga wyjścia	331
Ojcowie nieświadomie uczą nas, jak osiągnąć sukces w sprzedaży	332
Zaangażuj się!	334
Posłowie... Kiedy dorosnę	339
Klucz do przyszłości kryje się w Twojej terażniejszości i przeszłości	343
Skorowidz	351