

■ SPIS TREŚCI

Wstęp.....	7
------------	---

CZĘŚĆ PIERWSZA: SPRZEDAWAJ..... 11

Rozdział 1. Sprzedawało się... sprzedaje się (jeszcze)... (czy) będzie się sprzedawać?	13
Rozdział 2. Clienting	23
Rozdział 3. O procesie... sprzedaży detalicznej (na przykładzie sprzedaży stolarki otworowej), czyli kilka wybranych, niekoniecznie odkrywczych, standardów obsługi	35
Rozdział 4. Mity związane z obsługą klienta, czyli złudne zasady sprzedaży prowadzące do... klęski	43
Rozdział 5. Magia pierwszego wrażenia	51
Rozdział 6. Salon sprzedaży – technologia obsługi klienta	61
Rozdział 7. Wysokie koszty psychologicznego procesu pozyskiwania klientów	67
Rozdział 8. Jak odnosić sukcesy w sprzedaży?	77
Rozdział 9. Świadome kreowanie wyniku handlowego	85
Rozdział 10. Magia ceny	97

CZĘŚĆ DRUGA: ZARZĄDZAJ..... 105

Rozdział 11. Menedżerem być skutecznym... czyli kilka (nie)oczywistych zasad zachowania szefów	107
Rozdział 12. Sztuka motywowania	115

Rozdział 13. Płaca jako główny środek w motywacji finansowej	127
Rozdział 14. Motywowanie bez pieniędzy	135
Rozdział 15. Cechy, kompetencje, zachowania handlowców – co zmieniać, co rozwijać? A może... nowy pracownik?..	145
Rozdział 16. Podwładny manipulant.....	153
Rozdział 17. Delegowanie działań – kluczowa umiejętność szefa	161
Rozdział 18. Skuteczna demotywacja pracowników	167
Rozdział 19. CRM – ważne pytania z... jeszcze ważniejszymi odpowiedziami	177
Rozdział 20. Rekrutować każdy może... trochę lepiej lub trochę... skuteczniej.....	185
Rozdział 21. Firma o różnych prędkościach	193
Rozdział 22. Zanim firma zainwestuje w szkolenia.....	203
Rozdział 23. Umiejętność komunikowania się jako podstawa rozwoju innych kompetencji	211
O autorze.....	223