

Spis treści

Przedmowa do wydania polskiego	7
Wprowadzenie	9
I Znaczenie negocjacji	13
1 Sprzedaż w nowym milenium	15
2 Negocjacje „win-win”	19
3 Reguły gry	21
II Otwarcie	23
4 Żądaj więcej, niż spodziewasz się uzyskać	25
5 Odpowiedni przedział żądań	33
6 Nigdy nie akceptuj pierwszej oferty	37
7 Okazuj zaskoczenie	43
8 Udawaj niezdecydowanego sprzedawcę	48
9 Koncentruj się na sprawach zasadniczych	53
10 Technika imadła	58
III Gra środkowa — rozwinięcie	63
11 Wyższa instancja	65
12 Unikaj konfliktowego prowadzenia negocjacji	76
13 Malejąca wartość przysług	80
14 Nigdy nie proponuj dzielenia się różnicą po połowie	83
15 Kukułcze jajo	87
16 Coś za coś	93

IV	Gra końcowa	99
17	Taktyka dobry – zły	101
18	Oskubywanie	109
19	Wielkość kolejnych ustępstw	117
20	Wycofywanie oferty	122
21	Atmosfera ułatwiająca negocjacje	126
22	Spisywanie umowy	129
V	Dlaczego cena nie jest tak ważna, jak się nam wydaje	135
23	Klienci chcą płacić więcej	137
24	Sprawy ważniejsze niż pieniądze	141
25	Jak ustalić, ile klient jest skłonny zapłacić	145
VI	Techniki przyspieszania i kończenia negocjacji	149
26	Cztery etapy sprzedaży	151
27	24 sposoby udanego kończenia negocjacji	153
28	Chwyty poniżej pasa	176
VII	Kontrolowanie negocjacji	179
29	Motywacje negocjatorów	181
30	Chwyty poniżej pasa — jak im przeciwdziałać	188
31	Jak negocjować z cudzoziemcami	200
32	Metody nacisku w negocjacjach	209
33	Rozwiązywanie problemów w trakcie negocjacji	225
34	Jak sobie radzić z niezadowolonym klientem	235
VIII	Zrozumieć drugiego negocjatora	241
35	Źródła władzy i zdobywanie przewagi w negocjacjach	243
36	Zrozumieć osobowość klienta	259
37	Negocjacje typu „win-win”	271
	Postscriptum	277
	Indeks imion własnych	279