

Spis treści

Wprowadzenie	11
Przedstawienie czas zacząć, czyli przygotowanie do gry	16

Rozdział 1

Anatomia gwiazdy – skutecznego

handlowca	19
Wiara w siebie (wiara w sprzedawanie)	27
Energia i entuzjazm	31
Otwartość	35
Komunikacja	36
Pozytywne nastawienie do pracy	46
Nieoceniona rola kotwicy	51
Nawiązywanie kontaktów	53
Rozumienie odmienności klienta	54
Konfrontacja słowna z klientem	58
„Koł trojański” sprzedaży	61
Relacje z szefem	62

Rozdział 2

Kobiety a męski styl gry	65
--------------------------------	----

Rozdział 3

Gra – proces sprzedaży	90
Obligatoryjne etapy skutecznego procesu sprzedaży	90
Kwestie rozstrzygające o sukcesie transakcji kupna-sprzedaży	101
Perfekcyjna znajomość sprzedawanych produktów	104
Indywidualne podejście do klienta, czyli złote zasady gry podczas spotkania handlowego <i>face-to-face</i>	104
Umiejętność zadawania klientowi celnych pytań ...	105
Przyspieszenie procesu sprzedaży dzięki zadawaniu trudnych pytań	106
Klientka a klient, czyli kilka słów na temat dopasowania sprzedaży do płci kontrahenta	108
Analiza klientów	109
Zastrzeżenia klientów	111
Odmowy klientów	113
Kulturowa różnorodność klientów	114
Działania podejmowane w celu rozbudowania bazy klientów	115
Prezentacja produktu dla szerokiego grona klientów	118
Umiejętność udowodnienia wyższości swojej oferty nad ofertą konkurencji	120

Rozdział 4

Najsukuteczniejsze metody gry – techniki sprzedaży najefektywniejszych handlowców	122
Atrakcyjność rynkowa oferowanego produktu	122
Skuteczne wykorzystanie czasu pracy handlowca ..	123

Nieoceniona moc wizytówki	124
Sposoby zdobycia lojalności klienta	126
Posprzedażowa obsługa klienta	128
Zdobywanie rekomendacji od klientów	129
Całkowite usatysfakcjonowanie klienta dzięki zaoferowaniu produktu wyższej jakości	131
Usatysfakcjonowanie klienta niedrogim produktem	132
Podtrzymywanie kontaktu ze stałymi klientami	133
Odświeżanie kontaktów z biernymi klientami	134
Metoda znaczka pocztowego	136
Sprzedaż wiązana	137
Owocny wpływ rzeczników handlowca na jego zawodowy sukces	138
Poszukiwanie nowych obszarów sprzedaży	139
Utrwalanie toku współpracy z klientem	140
Rozdział 5	
Wizerunek gracza – handlowca	142
Rozdział 6	
Telefoniczny kontakt z klientem	149
Rozdział 7	
Owocne relacje z klientem	158
Rozdział 8	
Pogotowie antystresowe	176
Rozdział 9	
Automotywacja handlowca	184

Rozdział 10	
Autocoaching handlowca	188

Rozdział 11	
Egzamin końcowy - weryfikacja zdobytej wiedzy na temat procesu sprzedaży	210

Załącznik	
Złote reguły gry dla kobiet handlowców	216