

OBSAH

Úvod	9
Část I: Nastavení mysli mistra prodeje	13
Kód 1.: Proč nestačí ani růstové nastavení mysli, ani optimismus	15
Kód 2.: Psychopatie dobrá a špatná	21
Kód 3.: Neúspěch je normální	35
Kód 4.: Prodej má špatnou pověst	41
Kód 5.: Oblíbenost není úspěch	45
Kód 6.: Nejlepší metoda na strach – alter ego	53
Část II: Jak se rozhoduje mistr prodeje	59
Kód 7.: Čím je to důležitější, tím horší rozhodnutí	61
Kód 8.: Rozhodující okamžiky	71
Kód 9.: Správné vyhecování	77
Kód 10.: Neprodávejte ocas	89
Kód 11.: Eskalace závazků – (ne)být vězněm svého odhodlání	93
Kód 12.: Přiměřený optimismus	105
Kód 13.: Dobré a špatné konflikty	115
Část III: Jak mistr prodeje plánuje úspěch	121
Kód 14.: Proč plány nevycházejí	123
Kód 15.: Plný diář neznamena produktivní diář	127
Kód 16.: Vzestupy a pády	133
Kód 17.: Návrat k průměru	137
Kód 18.: Manuály a kontrolní seznamy	147
Kód 19.: Testování místo plánování	159
Kód 20.: Lepší příprava	177
Použitá literatura	186
Odkazy a poznámky	187