

ÚVOD – porovnání komunikace osobní, telefonické a e-mailové . . .	8
1. Příprava na telefonní hovor.	13
2. Mýty o telefonování.	15
3. Úprava místnosti pro telefonování	18
4. Rušivé vlivy při telefonování a jak se jim bránit	19
5. Jak sám sebe motivovat k telefonování	20
6. Co když jsem nováček a neznám produkty	21
7. S jakým cílem telefonujete?	23
8. Jak nejlépe říct, co chci sdělit aneb představení ve výtahu (Elevator Pitch)	25
9. Domluvení termínu schůzky	29
10. Jak se nenechat zaúkolovat potvrzováním termínu	32
11. Vyřízení vzkazu, když nezastihnu volanou osobu	34
12. Jak profesionálně ukončit hovor	36
13. Typický rozhovor pro sjednávání první schůzky	38
14. Kde najít potenciální klienty	41
15. Prodejní cíl	43
16. Komunikační trychtýř	45
17. Deset základních kroků v prodejním rozhovoru	46
18. Oslovování jménem a důvod volání	47
19. Argumentování	49
20. Námitky a způsob jejich zvládnání	53
21. Když klient váhá s rozhodnutím aneb 3× Z.	56
22. Potvrzení správnosti klientova rozhodnutí	58
23. Kdy ukončit „lov na klienta“	60
24. Nejčastější chyby v prodeji po telefonu.	62
25. Elevator pitch pro pokročilé.	65
26. Práce s hlasem a tělem při telefonování.	69
27. Pár tipů, jak využít řeč těla při práci s hlasem.	71
28. Návyky profesionála při telefonátu	73
29. Smích v telefonním hovoru	74
30. Komunikační typy osobností, jak je rozpoznat a jak s nimi hovořit	78
31. Řídící typ jako klient	80

32.	Expresivní typ jako klient	83
33.	Přátelský typ jako klient	86
34.	Analytický typ jako klient.	88
35.	Co je B2B a další typy vztahů obchodník – zákazník	93
36.	Zkratky označující pozice nejvyšších manažerů v korporacích .	95
37.	Specifika telefonního hovoru B2B.	97
38.	Nalézt klíčového partnera pro rozhovor	99
39.	Kdo jsou Vaši telefonní spojenci?	101
40.	Nákupní motivy	103
41.	Doptávejte se – zjišťujte nové informace	105
42.	Dát či nedat vstupní slevu novému klientovi.	107
43.	Nedávejte slevu zadarmo	108
44.	Sdělení nepříjemné zprávy	113
45.	Vymáhání nezaplacených faktur.	116
46.	Asertivní jednání v telefonu.	118
47.	Tři kroky asertivní reakce	120
48.	Řešení reklamací	121
49.	Jak zvládnout stížnost.	123
50.	Co udělat po telefonátu.	127
51.	Sebekoučování	128
52.	Další možnosti seberozvoje	129
53.	Psychohygienu	130
54.	Krize se dotýká jen některých firem nebo segmentů	135
55.	Ověřte, kteří vaši klienti jsou krizí zasaženi a kteří ne	136
56.	Aktivní telefonická komunikace s klienty v krizi.	138
57.	Aktivní telefonát s cílenou nabídkou	140
	ZÁVĚR – domácí cvičení	142