

# Obsah:

Úvod .....	9
<b>I. část</b>	
I.1. Čistý prodej .....	11
I.1.1. Pilíře čistého prodeje .....	12
I.1.2. Aktivní poslech .....	12
I.1.3. Přispůsobivost .....	13
I.1.4. Tvořivost .....	14
I.1.5. Ochota .....	15
I.2. Zjistěte, jakým způsobem uvažuje váš zákazník .....	16
I.2.1. Mapa znamená území .....	16
I.2.2. Každý jedná podle své mapy .....	17
I.2.3. Filtry .....	18
I.3. Systémy zobrazování .....	19
I.3.1. Primární systém zobrazování .....	21
I.3.2. Systémy zobrazování při nákupu .....	22
I.3.3. Komunikace v rámci „čistého prodeje“ .....	22
I.3.4. Nejenom slova .....	23
I.3.5. Několik úvah .....	25
I.4. Naslouchat tělu .....	25
<b>II. část</b>	
II.1. Vytvoření vztahu a jeho vliv .....	31
II.2. Kopírování .....	33
II.3. Lze pomocí kopírování dosáhnout vytvoření vztahu? .....	35
II.4. Jak můžeme kopírování uskutečnit? .....	36
II.5. Já, vy, oni? Používání zájmen .....	37
II.6. Perceptivní pozice vedoucí ke změnám stanoviska .....	37
II.7. Kopírování v prodeji .....	38
II.8. Slovní kopírování .....	39
II.9. Kopírování struktury - predikáty .....	39
II.10. Paraverbální kopírování .....	41
II.11. Neverbální kopírování .....	42
II.12. Vedení .....	43
<b>III. část</b>	
III.1. Potřeby .....	45
III.2. Hodnoty .....	46
III.3. Pomocné hodnoty a finální hodnoty .....	47
III.4. Lež má krátké nohy? .....	49
III.5. Hodnoty vztahové .....	50
III.6. Rozpoznání hodnot .....	52
III.7. Kritéria uspokojení .....	53
III.8. Technika „jako kdyby“ .....	55
III.9. Jak ztlumit nárazy našich otázek? .....	56
III.10. Směr motivace .....	57
III.11. Index souvislostí .....	59
III.12. Reference .....	59
III.13. Verbální ukazatelé .....	59
III.14. Závěry .....	62

<b>IV. část</b>		
IV.1.	Číslo 7 .....	63
IV.2.	Co říci? .....	64
IV.3.	Kopírování kritérií .....	65
IV.4.	Kopírování struktury v rámci nabídky .....	66
IV.5.	Kopírování predikátů během nabídky .....	67
IV.6.	Kopírování metaprogramů při nabídce .....	67
IV.7.	Směr .....	68
	IV.7.1. Index souvislostí .....	69
	IV.7.2. Reference .....	69
IV.8.	Příklad .....	70
IV.9.	Závěr .....	71

<b>V. část</b>		
V.1.	Požadavky, které se za námitkami skrývají .....	73
	V.1.1. Žádost o informaci .....	74
	V.1.2. Žádost o ujištění .....	74
	V.1.3. Žádost o lichotku .....	75
	V.1.4. Nutnost sebevyjádření .....	76
V.2.	Prostá vyjádření názorů .....	77
V.3.	Falešné námitky .....	77
V.4.	Víra a chování .....	78
V.5.	Jak rozpoznáme víru? .....	79
	V.5.1. Domněnky .....	79
	V.5.2. Zásady .....	80
	V.5.3. Prognózy výsledků .....	80
	V.5.4. Hyper-generalizace .....	80
V.6.	Struktura víry .....	81
V.7.	Chování .....	82
V.8.	Získání a rozšíření vlastních zdrojů .....	83
V.9.	Specifické otázky .....	85
V.10.	Jazykové formy .....	85
	V.10.1. Komparativ a superlativ, neboli srovnávání .....	85
	V.10.2. Modální činitele .....	86
	V.10.3. Neurčití ukazatele .....	86
V.11.	Restrukturalizace námitek .....	87
V.12.	Opětné rámování .....	88
V.13.	Hra o prestiž .....	89
V.14.	Feedback .....	91

<b>VI. část</b>		
VI.1.	Připravte se předem na úspěch .....	93
VI.2.	Přejděte na plný plyn .....	94
VI.3.	Signály o přijetí .....	95
VI.4.	Majetnické signály (signály o ovládnutí) .....	96
VI.5.	A teď my! .....	97
VI.6.	Jak to tedy uzavřeme? .....	98
VI.7.	Závěrem .....	99

Bibliografie .....	102
--------------------	-----