

OBSAH

Úvod	6
1. Nic se neděje, dokud někdo něco neprodá	8
2. Principy úspěšného prodeje	11
3. Rovnice úspěchu v prodeji	14
4. Péče o prodej a péče o zákazníka	17
5. Nový přístup v prodeji	19
6. Prodejní terminologie	21
7. Čtyři úrovně prodeje	24
8. Prodejní pyramida	25
9. Prodejní cyklus	27
10. Prodejní proces	29
11. Obchodní případ	31
12. Profesní brašna prodejce, obchodníka	32
13. Desatero úspěšného prodeje	35
14. Autorita prodejce	37
15. Strategie a taktika v prodeji	40
16. Ekonomika účinného prodávání	43
17. Plán prodeje	45
18. Prodejní trychtýř	47
19. Typologie prodeje	50
20. Nový model úspěšného prodeje	52
21. Prodejce a emoční inteligence	54
22. Neverbální komunikace	58
23. Prodejce a změny	63
24. Prodejce a kreativita	64
25. Příprava na první kontakt se zájemcem	67
26. Stanovení SMARTER cílů	69
27. Sjednání obchodní schůzky po telefonu	71
28. Sjednání obchodní schůzky ve výtahu	75
29. Důležitost vytváření vztahu a důvěry	76
30. Příprava na první setkání	77

31.	Obchodní jednání	79
32.	Techniky kladení otázek SPIN, 4× ANO	82
33.	Typologie jednání	84
34.	Principy vyjednávání	87
35.	Cyklus vyjednávání	89
36.	Faktory ovlivňující vyjednávání	93
37.	Jak zvládat námitky	95
38.	Obchodní nabídka	98
39.	Jak úspěšně prezentovat obchodní nabídku	101
40.	Jak uzavírat prodej	103
41.	Uplatňování principů řízení projektů	106
42.	Jak řídit obchodní případ jako projekt	107
43.	Key account management (KAM)	112
44.	Jak pracovat se SWOT analýzou	117
45.	Principy řízení rozvoje zákazníka (CDM)	118
46.	Principy osobnostní typologie	121
47.	Osobnostní typy – typologie MASS	123
48.	Jak plánovat a řídit rozvoj vlastní profesionality	126
49.	Umění získávat souhlas	128
50.	Hodnoty a etika v prodeji	129
	Obsah	130