

Obsah

Předmluva	5
Kapitola 1. - Telefon jako prodejní pomůcka	7
Prodej	7
Služby	8
Reklama a inzerce	9
Aktivní a pasivní prodej	9
Telefon nám šetří čas	11
Prodej po telefonu	12
Kolik stojí obchodní zástupce?	12
Kapitola 2. - Psychologie a prodejní techniky	15
Tři úrovně ovlivňování	15
Prodejní plán	17
Efektivní využití telefonu	19
Programovaný prodejní rozhovor	21
Aplikace plánu telefonního prodeje	26
Prodejní taktika	28
Kapitola 3. - Domlouvání schůzek	32
Způsob pana Slabého	33
Způsob pana Silného	35
Otázky a námitky	36
Možné komplikace	38
Bumerangová technika	41
Jak překonat sekretářky, asistentky a recepční	43
Kapitola 4. - Telefon jako vaše vizitka	46
Proč nám zákazník telefonuje?	47
Nejčastější trampoty a problémy zákazníka	47
Hovory po pracovní době	50
Lituji, nejde to!	51
Hlas a podání	53
Neříkejte - říkejte	58

Kapitola 5. -	Praktické příklady telefonního prodeje	61
	Květinář pan Brod	62
	Obchod se sportovním oblečením	64
	Autosalon Patočka	65
	Děkuji vám za objednávku!	68
	Znovuzískání zákazníka	70
Kapitola 6. -	Aktivní telemarketing - organizace prodeje po telefonu	75
	Call centrum - nezávislá agentura telefonních služeb	76
	Výběr a trénink personálu	77
	Telemarketing; oddělení zákaznických služeb - kam ho dát?	80
	Otázka scénářů	81
	Efektivní komunikace	82
	Spravedlivé odměňování	84
	Míra kontroly	86
	Měření výkonnosti	86
	Pomůcky prodejce po telefonu	86
	Práce s agenturami	87
	Vaše zdraví a počítač	87
Kapitola 7. -	Desatero přikázání úspěšného prodeje po telefonu	91
Kapitola 8. -	Trocha historie	94
Příloha	Hláskování v různých jazycích	97