
Obsah

O autorovi	9
Prodávat znamená prodávat	10
O co vlastně v téhle knize jde?	12
Pro koho je tahle kniha zajímavá?	13
1 Co je vlastně na novém hardsellingu nového?	15
1.1 „Dobrý den, jsem prodejce a chci vám něco prodat“	15
1.2 Trendy v prodeji – co dnes znamená prodávání?	16
1.3 Co chybí současným prodejním konceptům	18
1.4 Nový hardselling – prodávat znamená prodávat	19
1.5 Rozdíl spočívá v přístupu	20
2 DNA nového hardsellera	27
2.1 Bez čeho se neobejde žádný špičkový prodejce	27
2.2 „Kdo nezná cíl, nemůže najít cestu“	35
2.3 Prolomte negativní vzorce myšlení a zahajte pozitivní jednání	38
2.4 Test: Jak se sami vidíte?	39
2.5 Motivace – jen nadšený člověk může přesvědčit druhé	46
2.6 Čas na kreativitu – nové nápady mají jen dobře organizovaní lidé	47
2.7 Přesvědčit místo umluvit – komunikujte silou osobnosti	49
2.8 Pohled na osobnostní profil – jste nový hardseller?	53
2.9 Angažovanost a příkladnost – řízení podle zásad nového hardsellingu	55
3 Odvaha získávat nové klienty	59
3.1 Od prvního kontaktu až k podpisu – základy získávání nových klientů ...	59
3.2 Telefon, váš přítel a pomocník – využívejte důsledně výhody získávání klientů po telefonu	61
3.3 Zůstaňte uvolnění – dobrá příprava je půlka úspěchu	64
3.4 Cíl: domluvení osobní schůzky – váš osobní průvodce telefonátem	71
3.5 Po padacím mostě rovnou do hradu – kolem asistentky přímo k šéfovi ...	72

3.6	Zaujmout místo informovat – probudte klientovu zvědavost	84
3.7	„Ano, ale...“ – vypořádejte se na telefonu suverénně s námitkami	86
3.8	Hotovo! Potvrzení termínu osobní návštěvy	95
3.9	Získávání nových klientů jako úkol vedoucích	97
3.10	Kakao na cappuccinu – získávání nových klientů a sociální média	101
4	Na začátku bylo slovo: kvalifikovaný první rozhovor	104
4.1	Po každém zápase následuje další	104
4.2	První dojem – vaše jediná šance	107
4.3	„Jak jdou obchody?“ – zabijácké floskule na začátku rozhovoru	120
4.4	Zjišťování potřeb a motivací – aktivní naslouchání a kladení správných otázek	128
4.5	Probudte zvědavost a vybudujte touhu koupit	137
4.6	Před uzavřením zakázky: jasná dohoda o cílech a termínu následující schůzky	139
4.7	Cílevědomé vedení – jednoznačné zprávy místo kurzu objímání	144
5	Zápas na domácím hřišti – prezentace nabídky	147
5.1	Neexistuje nic jako standardní prezentace – individuální nabídky díky profesionální přípravě	147
5.2	Režisérem vlastního představení – chytrá prezentace nabídky a kontrolovaný účinek	150
5.3	MVP – přeložte vlastnosti produktu do individuálního přínosu pro zákazníka	155
5.4	Nedělejte věci napůl – přesvědčte pomocí svědků!	159
5.5	Značka jménem VY – budujte si status odborníka	164
5.6	Jak jsem mohl vědět, co máš na mysli, když jsem slyšel, co říkáš?	168
5.7	Závěrem – písemné zaznamenání výsledků rozhovoru	170
6	Udělejte z ne ano – jak na zákaznickovy námitky	172
6.1	Námitky jsou značky na cestě k zakázce	172
6.2	O námitkách, záminkách a podmínkách – správné vyhodnocení protiargumentů	173
6.3	NE jako skutečná výzva v novém hardsellingu	178
6.4	Kontrolujte sami sebe i rozhovor	179
6.5	Typické námitky a jak se s nimi vypořádat	182
6.6	Chytré strategie odpovídání během řešení námitek	186

7 Je škudlení cool? Suverénně vyjednáváním o ceně	192
7.1 Mezi honbou za akčními cenami a luxusem – význam ceny v prostředí hyperkonkurence	192
7.2 Otázka přístupu – být přesvědčený o hodnotě vlastní nabídky	194
7.3 Jak nepozorovaně ovlivnit klientovy cenové představy	196
7.4 Exkurz – cenová psychologie	198
7.5 „Moc drahé!“ Moc drahé?	199
7.6 Všechno jsem už slyšel – účinně proti strategiím tlačení na cenu	203
7.7 O přidané hodnotě a cenových bagetách – vyjednávání o férové ceně ...	207
7.8 I vedení musí vyrazit do ulic	213
8 Uzavření zakázky – pomozte klientovi správně se rozhodnout ..	215
8.1 Bez obav do cílové rovinky – motivace místo frustrace	215
8.2 Oslovte klientovy emoce – jak klienta obratně převést přes cílovou čáru	218
8.3 Tak to úplně nevyšlo – typické chyby průměrných prodejců při uzavírání zakázek	230
8.4 Potřesením rukou to nekončí – další motivování klienta	233
9 Vztah k zákazníkovi v konkrétních obrysech – poprodejní servis	235
9.1 Věnujete se vůbec poprodejnímu servisu?	235
9.2 Poprodejní aktivity začínají hned po podpisu zakázky – dejte klientovi jistotu	238
9.3 Rozjedte realizaci zakázky – úkoly po konci prodejního rozhovoru	240
9.4 Zůstávejte ve hře! Důvěřující klient rovná se věrný klient	245
9.5 Uvolněnost pomáhá – suverénní řešení reklamací	253
9.6 Doporučení – elegantní způsob získávání nových klientů	260
9.7 Majstrštyk pro fajnšmekry – jak klienty nadchnout ještě víc	270
9.8 Píle roznese nadání na kopytech – aneb Proč to bez tréninku nejde	275
Máš to ve svých rukou	277
Literatura	282