

Obsah

Ze zákulisí	1
Úvod	5
Příspěvatelé	7

Dva nejlepší prodejní tipy všech dob a pět tipů, díky kterým je bude možno použít, plus úvod do prodejní hodnoty

Úvod	9
Tip 1 – Nikdy nepřerušujte zákazníky, abyste něco poznamenali	10
Tip 2 – Soustředte se na milníky a cíle vývoje	11
Tip 3 – Vždy to zakončete (ABC – Always Be Closing)	12
Tip 4 – Signalizujte závěrečný bod (STEP: Signal The End Point)	12
Tip 5 – SMART (stretching – podnětný, measurable – měřitelný, achievable – dosažitelný, related to customer – zaměřený na zákazníka, time-targeted – termínovaný)	14
Tip 6 – Poslouchejte a učte se z hantýrky druhých lidí	16
Tip 7 – Porozumějte skutečné potřebě	17
Tip 8 – Pamatujte si: nikdo neřikal, že život je peříčko	18
Tip 9 – Začněte přemýšlet o prodejní hodnotě	18

Deset prodejních tipů pro probuzení zájmu

Úvod	21
Tip 10 – Využijte moment překvapení, abyste demonstrovali výjimečnou technologii	22
Tip 11 – Využijte překvapení, abyste lidi přiměli přečíst si váš reklamní dopis	22
Tip 12 – Zajistěte, aby byl váš marketing v souladu s moderními trendy	23
Tip 13 – Následujte ty správné „módní výstřelky“	24

Obsah

Tip 14 – Využijte technologický pokrok v každé části vašeho marketingového úsilí	25
Tip 15 – Ujistěte se, že se vaše nové výrobky hodí do názvu značky	26
Tip 16 – Udělejte ze svých přátel své zákazníky	26
Tip 17 – Ti nejstarší jsou někdy nejlepšími zákazníky	29
Tip 18 – Použijte své vlastní peníze, abyste prodali zboží	29
Tip 19 – Použijte informační kanály	30
Deset nápadů pro zjištění potřeby	31
Úvod	31
Tip 20 – Vyhňte se šlápnutí vedle	32
Tip 21 – Zeptejte se svých zákazníků na jejich obchodní případ	32
Tip 22 – Myslete jako ryba	34
Tip 23 – Netlačte „na pilu“	34
Tip 24 – Udělejte z výrobku vedlejší produkt	34
Tip 25 – Nezapomeňte na hlavní potřebu	34
Tip 26 – Využijte doporučení	35
Tip 27 – Ujistěte se, že obchod stejně tak potřebujete, jako ho chcete	36
Tip 28 – Kde existuje potřeba, existuje také příležitost	36
Tip 29 – Jako poslední možnost podnikněte kroky, abyste potřebu vytvořili	36
Sedm prodejních tipů pro prodej prostřednictvím schváleného základu pro rozhodování	39
Úvod	39
Tip 30 – Rozložte základ pro rozhodování na tři části	40
Tip 31 – Použijte základ pro rozhodování, abyste zjistili potřebu	40
Tip 32 – Použijte základ pro rozhodování při přípravě písemných návrhů	42
Tip 33 – Použijte základu pro rozhodování, abyste uměli zacházet s cenovými námitkami	43
Tip 34 – Používejte základ pro rozhodování, abyste prodiskutovali klady a zápory	43
Tip 35 – Identifikujte skutečnou „hodnotu za peníze“	44
Tip 36 – Dokažte, že zákazník za své peníze dostane hodnotu	45

Osm prodejních tipů pro prezentaci vaší nabídky **47**

Úvod	47
Tip 37 - Ujistěte se, že celý tým mluví k zákazníkovi	48
Tip 38 - Dobře se uveďte	48
Tip 39 - Podívejte se na platbu z hlediska zákazníka	53
Tip 40 - Zacilte na rozhodovatele	54
Tip 41 - Pokud někdo řekne, že neumí příliš prezentovat, věřte mu	55
Tip 42 - Prezentujte čísla způsobem, který vyhovuje vašemu zákazníkovi	56
Tip 43 - Ukončete jednání pauzou na šálek kávy	56
Tip 44 - Nenechte se přepadnout politiky	57

Pět prodejních tipů jako připomenutí, že se vždy najde cesta **59**

Úvod	59
Tip 45 - Pamatujte si, že se vždy najde nějaká cesta (1)	60
Tip 46 - Pamatujte si, že se vždy se najde nějaká cesta (2)	60
Tip 47 - Pamatujte si, že se vždy se najde nějaká cesta (3)	60
Tip 48 - Pamatujte si, že se vždy najde nějaká cesta (4)	61
Tip 49 - Pamatujte si, že se vždy najde nějaká cesta (5)	61
Tip 50 - Pamatujte si, že lze vždy najít způsob, jak udělat faux-paux	61

Čtyři tipy pro prodej v maloobchodě **63**

Úvod	63
Tip 51 - Chovejte se ke svým zákazníkům, jako by byli smyslem vašeho života	64
Tip 52 - Spočítejte své zákazníky	65
Tip 53 - Pečlivě diverzifikujte	66
Tip 54 - Podnikajte nejdříve nanečisto	67

Šest největších prodejních tipů pro obchodování se složitými výrobky a trhy **69**

Úvod	69
Tip 55 – Použijte fyzickou přitažlivost, abyste prodali brak	70
Tip 56 – Jakmile napoprve uspějete, prodávejte znovu a znovu	70
Tip 57 – Řiďte se pravidly nabídky a poptávky	70
Tip 58 – Použijte televizi, abyste zbohatli na strachu	71
Tip 59 – Dejte si pozor na rozdílné kultury	72
Tip 60 – Nedožeňte lidi k tomu, aby si museli krýt záda	72

Sedm prodejních tipů pro prodejce **73**

Úvod	73
Tip 61 – Naučte se číst vzhůru nohama	74
Tip 62 – Naučte se číst ze strany	74
Tip 63 – Nechyťte se do pasti: „Zamluvíme vám letenku.“	74
Tip 64 – Dosáhněte toho, aby zákazník chtěl vyřešit váš problém	75
Tip 65 – Neplánujte přespříliš	75
Tip 66 – Lidé kupují od lidí	76
Tip 67 – Jde přece o zákazníka, hlupáčku	76

Šest tipů pro plánování komplexního prodeje **77**

Úvod – cíle a organizace plánu prodejní kampaně	77
Tip 68 – Dobře načasujte	78
Tip 69 – Stanovte si podnětný cíl kampaně	78
Tip 70 – Prověřte cíle prodejní kampaně se zákazníkem	79
Tip 71 – Použijte plánovací proces strukturované kampaně	79
Tip 72 – Projděte procesem strukturovaného plánování kampaně krok po kroku	82
Tip 73 – Veďte plán kampaně od stanovení obchodních otázek zákazníka	84

Čtyři prodejní tipy pro aktivní selekci **87**

Úvod	87
Tip 74 – Použijte velmi přímý přístup a položte nepřijemnou otázku	88
Tip 75 – Položte logické a závažné obchodní otázky	88
Tip 76 – Požádejte potencionální zákazníky, aby něco udělali	90
Tip 77 – Použijte „jasný rozhodovací“ trik	90

Tři prodejní tipy pro hladké uzavření obchodu **91**

Úvod	91
Tip 78 – Zkušební uzavření	92
Tip 79 – Použijte nějaké alternativní uzavření	92
Tip 80 – Využijte dětská ústa	92

Deset tipů pro implementaci account managementu **95**

Úvod	95
Tip 81 – Samozřejmě, že si vždy udržíme naše největší zákazníky... (ne) ?	96
Tip 82 – Stanovte jasnou misi obchodního plánování	97
Tip 83 – Dobře zorganizujte obchodní plánování	97
Tip 84 – Použijte kreativní obchodní plánovací proces	98
Tip 85 – Získejte souhlas k rozdělení zdrojů k implementaci obchodního plánu	102
Tip 86 – Přimějte tým, aby sekal dobrotu	102
Tip 87 – Pevně propojte analýzu s cíli	104
Tip 88 – Použijte radar	105
Tip 89 – Snažte se o stručnou dokumentaci	106
Tip 90 – Stát se žhářem?	107

Deset nápadů pro prodejní manažery 109

Úvod	109
Tip 91 - Zařídte, aby zbytek společnosti získal z prodejní síly dobrý dojem	110
Tip 92 - Porozumějte skutečné roli prodejního manažera	111
Tip 93 - Nedopusťte, aby vaši lidé pracovali příliš tvrdě	112
Tip 94 - Nikdy neztraťte ze zřetele zodpovědnost	112
Tip 95 - Ukažte svým lidem důsledek snižování ceny	113
Tip 96 - Použijte pravidlo dvou procent	114
Tip 97 - Myslete ve velkém jako prodejní manažer a nedělejte ze sebe lakomce	116
Tip 98 - Dobře nastavte strategii odměňování prodejců	116
Tip 99 - Přežijte bitvu o rozpočet	117
Tip 100 - Vyhněte se při předvídání problémů přístupu hokejky	118

Rejstřík 121