

Obsah

| | |
|--|----|
| Všichni jsme prodejci | 6 |
| Prodej je směna - a směňujeme všichni | 7 |
| Zaměstnanecké duše = odpůrci mírnějšího typu | 8 |
| Někteří kšeftaři na své zákazníky vyvíjejí nátlak | 8 |
| Něco je za něco | 10 |
| Prodejcová psychika je jiná | 12 |
| Setkání stabilního a variabilního postoje | 13 |
| Máš už za sebou hodně prodaného, milý čtenáři? | 14 |
| Praktik či teoretik? Není to jednoznačné | 15 |
| O těch, co se rádi poslouchají | 16 |
| Praktik není vždy Pánbůh, teoretik není vždy špatný .. | 17 |
| Ideální je od obojího trochu | 18 |
| Co převládalo u mého dobrého známého Jirky? | 18 |
| Kurzy nebyly Jirkovým prvním prodejem | 21 |
| Co ještě Jirka prodával | 24 |
| Jiný zákazník, jiný přístup | 25 |
| Kolik asi má ten Jirka dnes peněz? (A též o image) ... | 28 |
| Sociální chameleóni | 32 |
| Směřujeme k hlavnímu příběhu této knížky | 34 |
| Hlavní příběh začíná | 35 |
| Co to bylo za zboží? | 35 |
| Antireklama | 36 |
| Kdo to má všechno přečíst? | 37 |
| Nemůžeme za to (my zákazníci) | 38 |
| Hovoříme o možnostech i mezích | 40 |
| Pomožme si svědectvím jiných | 40 |
| Jak to můžete udělat vy? | 41 |
| Pomoc obecných psychomatematických vzorců | 42 |
| Skok z roku 1998 do roku 1993 | 42 |
| Závěry | 44 |

| | |
|---|----|
| Vysvětlení po letech k pasáži o psychomatematických vzorcích | 47 |
| Koncentrujme zákazníka na výrobek | 49 |
| Citlivé zacházení s podvědomím zákazníka | 53 |
| Názory druhých přesto bere zákazník lépe než vaše ... | 55 |
| Aplikujte na zákazníka psychickou teorii relativity .. | 57 |
| Námitka „to už nám dodává někdo jiný“ | 58 |
| Je to beznadějné, je tam všechno sešvagřeno | 59 |
| Námitka „je to moc drahé“ | 60 |
| Tržní segment | 62 |
| Předsudky | 63 |
| Načasování nabídky | 64 |
| Zahraniční je lepší | 65 |
| Imitace | 66 |
| Stálice úspěšného prodeje | 70 |
| Pravidlo Jaroslava Dietla | 71 |
| Závěrem | 73 |
| Další knihy Davida Grubera | 75 |