

OBSAH

PŘEDMLUVA	XI
------------------	-----------

ČÁST 1	
PRODEJ ZBOŽÍ VE DVACÁTÉM PRVNÍM STOLETÍ	1

Kapitola 1

OPAKOVÁNÍ ZNÁMÝCH VĚCÍ	3
NĚKTERÉ VĚCI JSOU PLATNÉ NAPOŘÁD	5
DÉJÀ VU – ZNOVU, JEŠTĚ JEDNOU	6
„NEBERU ŽÁDNÝ OHLED“	7
UCHOPENÍ SVÉ VLASTNÍ ŠANCE	10

Kapitola 2

ČTYŘI ZPŮSOBY PRODEJE	15
1. METODY PRODEJE ORIENTOVANÉ NA PROCES	15
2. METODY PRODEJE POMOCÍ ŘÍZENÝCH VZTAHŮ	16
3. LINGVISTICKÉ PŘÍSTUPY	17
4. TAKTICKÉ METODY	18
NA RAMENOU GIGANTŮ	18
VYNÁLEZ MODERNÍHO PRODEJE	19

ČÁST 2

JOHN HENRY PATTERSON 21**PROCES PRODEJE 21**

Kapitola 3

BEZNADEJNÝ POKUS V DAYTONU 23**ŠVAGR, KTERÝ ZACHRÁNIL HIGH-TECH 29**

Kapitola 4

ZPRACOVÁNÍ SLABIKÁŘE 35**PROČ TO ALE FUNGOVALO? 38****ODPOR ZE STRANY ZAMĚSTNANCŮ 39****VÝZNAM MISTROVSKÉHO ZVLÁDNUTÍ 40**

Kapitola 5

PATTERSONŮV ODKAZ 49**PROFESIONÁLNÍ DOVEDNOST PRODEJE 51****PRODEJ ŘEŠENÍ 52****STRATEGIC SELLING (STRATEGICKÝ PRODEJ) 54****METODA SELLING 55****SPOLEČNÝ ZÁKLAD 57**

ZAMĚŘENÍ SE NA PROBLÉMY ZÁKAZNÍKA 57

UPRAVTE SVOU ZPRÁVU 57

PREZENTACI UDĚLEJTE JEDNODUCHOU A NETECHNICKOU 58

ZACHÁZÍ SE ZÁKAZNÍKEM JAKO S KLONEM 58

Kapitola 6

**PRODEJ JAKO PROCES:
ARGUMENTY PRO A PROTI 61****ARGUMENTY PROTI 61**

MOHOU BÝT PŘÍLIŠ PŘÍSNÉ, PŘÍLIŠ DOGMATICKÉ. 62

NEJSOU UNIVERZÁLNĚ APLIKOVATELNÉ 62

MOHOU BÝT PŘÍLIŠ KOMPLIKOVANÉ A TUZE ANALYTICKÉ 63

JSOU NEKOMPLEXNÍ 65

JSOU NEPRUŽNÉ 66

VEDOU K MYŠLENÍ PODLE KONTROLNÍHO SEZNAMU 67

ZACHÁZÍ SE ZÁKAZNÍKEM JAKO S KLONEM 67

KLADY 68

ZAJIŠŤUJÍ DŮSLEDNOST POSTUPU 68

ZAJIŠŤUJÍ OPAKOVATELNOST 69

EXISTUJE ZDE MĚNĚ ZMAŘENÉ SNAHY 70

DOVOLUJÍ PŘESNĚJŠÍ PŘEDPOVĚDI	70
SNADNO SE UČÍ	71
SNÁZE SE ŘÍDÍ	72
<hr/>	
Kapitola 7	
PŘINUŤTE JE, ABY PRO VÁS PRACOVALY	73
KVALIFIKOVÁNÍ POPTÁVEK	74
POKLÁDEJTE SVÉ VYMEZUJÍCÍ OTÁZKY	74
VÁŠ PŘÍSTUP	75
ZÁVĚR	76
<hr/>	
ČÁST 3	
DALE CARNEGIE	79
<hr/>	
Kapitola 8	
MLADÝ MUŽ Z MISSOURI	81
ZÁŘIVÁ SVĚTLA BROADWAYE	83
<hr/>	
Kapitola 9	
CARNEGIE A JEHO PRAVIDLA	87
JEDNEJ JAKO KDYBY . . .	88
VYVOLEJTE V DRUHÉM ČLOVĚKU POCIT DŮLEŽITOSTI	90
VZBUDIT U DRUHÉHO „DYCHTIVÝ ZÁJEM“	93
DRAMATIZUJTE !	96
<hr/>	
Kapitola 10	
OKAMŽITÝ ÚSPĚCH PO 25 LETECH	99
PROČ TO FUNGUJE?	101
HRANÍ ROLE	103
<hr/>	
Kapitola 11	
CARNEGIEHO DĚDICOVÉ	105
NEPSANÝ ZÁKON OPTIMISMU A SEBEZDOKONALOVÁNÍ	105
STRATEGIE PRODEJNÍCH VZTAHŮ	107
<hr/>	
Kapitola 12	
PŘINUŤTE JE, ABY PRO VÁS PRACOVALY	111

<hr/>	
ČÁST 4	
ELMER WHEELER	115
<hr/>	
Kapitola 13	
UDĚLEJTE TO TAK, ABY VÁŠ PRODEJ VZBUZOVAL POZORNOST	117
KTERÝ ELMER?	119
<hr/>	
Kapitola 14	
MYŠLENÍ A NAKUPOVÁNÍ	123
MOZEK A SLOVA	123
PŘEVAŽUJÍCÍ TENDENCE	128
<hr/>	
Kapitola 15	
WHEELERŮV ÚDĚL	131
NEPRODÁVEJTE STEAK – PRODÁVEJTE ZVUK SYČENÍ TUKU NA PÁNVI!	131
NEPIŠTE – TELEGRAFUJTE!	134
ŘEKNI TO KVĚTINAMI	135
NEPTEJ SE ZDA – PTEJ SE KTERÝ!	137
HLÍDEJTE SI SVÉ VYJADŘOVÁNÍ	139
<hr/>	
Kapitola 16	
SOUČASNÝ PŘÍSTUP K PRODEJI NA ZÁKLADĚ ZPŮSOBU VYJADŘOVÁNÍ	145
NEUROLINGVISTICKÉ PROGRAMOVÁNÍ	147
STRUKTURY PŘESVĚDČOVÁNÍ	150
<hr/>	
Kapitola 16	
PŘINUŤTE JE, ABY PRO VÁS PRACOVALY	153
PÍSEMNÁ KOMUNIKACE	156

ČÁST 5
JOE GIRARD 159

Kapitola 18

TULÁK V DETROIT CITY 161

Kapitola 19

ZÁKON 250 OBJEVENÝ NA POHŘBU 167
ZÁKON 250 JOEA GIRARDA 168
STUDUJTE MATEMATIKU 169
VYŘAĎTE ZE HRY NEOSOBNÍ TELEFONICKÉ HOVORY 170

Kapitola 20

OD TVORBY SÍTĚ K PŘÍPRAVĚ ZÁKAZNÍKA 173
HEURISTICKÉ POZNÁNÍ 173
SÍLA ZÁVAZKU 175
MÁME MEZI SEBOU PARTYZÁNY 177
POUŽÍVEJTE VLASTNÍ SKŘÍNKU S NÁŘADÍM 178

Kapitola 21

KLADY A ZÁPORY PŘÍPRAVY ZÁKAZNÍKA 183
ZÁPORY 183
ZDÁ SE TO BÝT MANIPULAČNÍ 183
ZPRÁVA MŮŽE ZNÍT JAKO PŘEDEM PŘIPRAVENÁ 184
ZASÍLÁNÍ ZPRÁV SE MŮŽE STÁT SAMO O SOBĚ KONEČNOU ČINNOSTÍ 184
MŮŽETE ZTRATIT SOUSTŘEDĚNÍ 184
KLADY 185
ŽÁDNÉ DALŠÍ NEOSOBNÍ TELEFONÁTY 185
PROKAZUJE TO VAŠÍ ODBORNOST A HODNOTU 185
NÁKLADY JSOU NÍZKÉ 185
VYLUČUJE TO EFEKT HORSKÉ DRÁHY 186

Kapitola 22

**PŘINUŤTE MYŠLENKU K TOMU,
ABY PRO VÁS PRACOVALA 187**
HLAVNÍ ETAPA VÝVOJE 187

ČÁST 6

Kapitola 23

OHLÉDNUTÍ DO BUDOUCNOSTI**195**
