

Obsah

O autorovi.....	7
Předmluva	8
Předmluva k druhému vydání.....	9

ČÁST I.

ZÁKLADY ZÍSKÁVÁNÍ ZÁKAZNÍKŮ	11
--	-----------

1. Získávání zákazníků a trh	13
2. „Nový prodejce“	15
3. Oslovování zákazníků	19
4. Fáze akvizičního procesu.....	27
5. Sledování nabídky	29
6. Faktory úspěchu systematické akvizice	31

ČÁST II.

DOPISY, DIRECT MAILING A E-MAILY.....	37
--	-----------

7. Získávání nových zákazníků dopisem	39
8. Funkční plánování.....	41
9. Forma a obsah	45
10. Kontrola úspěchu	57

ČÁST III.

PROFESIONÁLNÍ TELEFONOVÁNÍ	63
---	-----------

11. Telefon: důležitý komunikační prostředek	65
12. Příprava telefonátu	69
13. Zahájení rozhovoru	77
14. Když zavolají vám	81
15. Důraz a výslovnost	85
16. Komplikování partnerů	87

17. Pravidla používání mobilního telefonu pro akviziční rozhovory	89
18. Zpracování telefonátů.....	93

ČÁST IV.

AKVIZIČNÍ ROZHOVOR	97
---------------------------------	-----------

19. Zákazníkovi tváří v tvář	99
20. Příprava rozhovoru	103
21. Fáze rozhovoru	109
22. Následné zpracování	139
23. Dva příklady prodejních rozhovorů	143

Závěr.....	152
------------	-----