

## OBSAH

Předmluva autora k třetímu vydání .....	9
Předmluva autora k pátému vydání .....	10
<b>První pravidlo</b>	
BEZ INFORMACÍ VYKRAČUJEME DO TMY .....	11
Zásady .....	11
<i>Případ nezajímavého sortimentu</i> .....	12
Zákazník je víc než jméno a adresa .....	12
Co víme o konkurenci? .....	15
Zájem ještě neznámená koupěschopnost .....	17
Sledování trendů poptávky .....	20
Shrnutí prvního pravidla .....	22
<b>Druhé pravidlo</b>	
PŘÍPRAVA POJIŠTUJE VÝSLEDEK .....	23
Zásady .....	23
<i>Případ „neuskutečnitelné“ paraolympiády</i> .....	23
Cíl vytyčuje směr .....	24
Strategie určuje postup .....	26
Časový rozvrh definuje priority .....	28
Ústupová linie fixuje dosažitelné minimum .....	30
Shrnutí druhého pravidla .....	32
<b>Třetí pravidlo</b>	
DŮLEŽITÝ NENÍ JEN OBSAH, ALE I FORMA .....	33
Zásady .....	33
<i>Případ podezřelé franšizy</i> .....	34
Společenská forma uhlazuje třetí plochy .....	34
Věcná forma zvýrazňuje obsah .....	37
Právní forma potvrzuje vážnost závazků .....	39
Od neformálnosti je krůček k nedbalosti .....	40
Shrnutí třetího pravidla .....	42
<b>Čtvrté pravidlo</b>	
DOBŘÝ ZAČÁTEK VEDE K DOBRÉMU KONCI .....	43
Zásady .....	43

<i>Případ zbytečné zeleně</i> .....	44
Spěch zdržuje .....	44
Osobní pohoda uvolňuje napětí .....	46
Od monologu k dialogu .....	48
Dojem má delší životnost než informace .....	49
Shrnutí čtvrtého pravidla .....	51
<b>Páté pravidlo</b>	
<b>ODBORNOST BUDÍ DŮVĚRU</b> .....	52
Zásady .....	52
<i>Případ „kuriózních“ vysavačů</i> .....	53
Těžko se prodává tomu, komu nikdo nevěří .....	54
Poučováním rychle přijdeme o posluchače .....	56
Jedna otázka vydá za sto odpovědí .....	57
Samoučelná znalost je totéž co neznalost .....	59
Shrnutí pátého pravidla .....	61
<b>Šesté pravidlo</b>	
<b>NÁMITKY JSOU PŘÍZNAKEM ZÁJMU</b> .....	62
Zásady .....	62
<i>Případ „předražených“ služeb</i> .....	63
Uvitáním námitky otupíme její hrot .....	63
Každá námitka má své pozadí .....	66
Zvláštní kategorie – cenová námitka .....	68
Absence námitek signalizuje nebezpečí .....	71
Shrnutí šestého pravidla .....	73
<b>Sedmé pravidlo</b>	
<b>ROZHODOVÁNÍ JE PROCES, NIKOLI JEDNORÁZOVÝ AKT</b> 74	
Zásady .....	74
<i>Případ „neoblomné“ banky</i> .....	75
Nerozhodnost pramení z bezradnosti .....	76
Někdy rozhodují vlivy mimo naši kontrolu .....	78
Myslet při obchodním jednání znamená myslet za dva .....	80
Nerozhodnost nepřekonáme nátlakem .....	82
Shrnutí sedmého pravidla .....	86
<b>Osmé pravidlo</b>	
<b>V ZÁVĚRU BODUJE PRUŽNOST A PEVNÉ NERVY</b> .....	87

Zásady .....	87
<i>Případ „neprodejná“ farmy</i> .....	88
Podmínky jsou součástí produktu .....	88
Osobní jednání s sebou nese osobní zodpovědnost .....	90
Uzavřený obchod je dobrý jen tehdy, je-li dobrý pro obě strany .....	93
Závěr patří tomu, kdo vydrží s dechem .....	95
Shrnutí osmého pravidla .....	97
 <b>Deváté pravidlo</b>	
UZAVŘENÍM OBCHODU ZAČÍNÁ OBCHODNÍ VZTAH .....	98
Zásady .....	98
<i>Případ pojišťovací agentury „před úpadkem“</i> .....	99
Ověřování spokojenosti zákazníka není jen zdvořilostním aktem .....	99
Při reklamaci platí rychlost odezvy .....	102
I servis je obchod .....	103
Udržet si přízeň je mnohdy těžší než ji získat .....	105
Shrnutí devátého pravidla .....	108
 <b>Desáté pravidlo</b>	
ANALÝZA VLASTNÍ VÝKONNOSTI JE NEJSPOLEHLIVĚJŠÍ CESTOU K JEJÍMU ZVYŠOVÁNÍ .....	109
Zásady .....	109
<i>Případ regionu dobrého jen pro penzisty</i> .....	110
Cít pro obchod nelze vyjádřit matematickým vzorcem .....	110
Pochybnosti nahlodávají sebedůvěru .....	112
Nedodržování pravidel je nejčastější příčinou neúspěchu .....	114
Objektivním měřítkem úspěšnosti je její průměrná míra .....	116
Shrnutí desátého pravidla .....	120
 PRINCIPY MOTIVACE POPTÁVKY .....	121
Princip nezbytnosti .....	121
Princip vybočení .....	123
Princip pokroku .....	125
 PRINCIPY „TRANSFORMACE“ PRODUKTU NA IDEU .....	127
Princip parametrů produktu .....	127
Princip přednost-přínos .....	129

Princip hodnoty .....	131
PRINCIPY NÁKUPNÍHO ROZHODOVÁNÍ .....	134
Princip metaprojektu .....	134
Princip rozhodovacích funkcí vědomí .....	136
Princip očekávání .....	139
Krátký dovětek .....	142