

Obsah

O autorovi	12
Předmluva	13
Úvod	15
1 1.1 Základ života – vybudované porozumění	17
1.2 Úkol člověka – činit druhé šťastnými	18
1.3 Nech být OK vše, co se děje	19
1.4 Vytrvalost je mírou víry	19
1.5 Veď obchodní schůzku uvolněně a v klidu	21
2 2.1 Jak uvnitř, tak venku	22
2.2 Cíl obchodní schůzky? Nejdříve kvalita – vnitřní klid, vybudované porozumění, teprve potom kvantita – velikost objednávky	23
2.3 Otázky zaměřené na zjištění zákaznickových potřeb	24
2.4 Pozornost zaměř ven – na klienta, pak se při obchodování budete oba cítit lépe	26
2.5 Dva faktory, které rozhodují o nákupu – bolest a radost	27
2.6 Vytrvalé zaměření se na kvalitu schůzek přináší výsledky	29
3 3.1 Síla rozhodnutí	31
3.2 Zdravá, nevtíravá smělost obchodníka	32
3.3 Pokora poprvé	33
3.4 Pokora podruhé	34
3.5 Otázky – základní nástroj obchodníka	35
3.6 Do třetice všeho dobrého i zlého – pokora	36
4 4.1 Bez sebedůležitosti	38
4.2 Význam obchodu – vytvářet hodnoty pro druhé	39
4.3 Čistota rozhodnutí – rozhodnost, jeden z hlavních klíčů k úspěchu	40

	4.4	Zákazníkovi patří plná pozornost aneb Čistý a upřímný zájem o člověka – další klíč k úspěchu	42
	4.5	Spustíš? Nespustíš?	42
	4.6	Buď obchodník profesionál – s lidskou tváří a vnímavým srdcem	43
5	5.1	Další klíč k úspěchu – neustálý trénink, neustálé kontinuální zlepšování se coby obchodníka i člověka	46
	5.2	Jak uvnitř, tak vně – mé zaváhání, zákazníkovo zaváhání	47
	5.3	Základní přesvědčovací nástroje : vnitřní jistota obchodníka, řeč těla, tonalita hlasu – teprve pak následují co do přesvědčivosti slova a jejich význam	48
	5.4	Nikdy neházej flintu do žita	50
	5.5	Nejlepší způsob, jak navázat rozhovor – vyslovit, co jsem vypozoroval	51
	5.6	Zásada pro obchod zní: Nejdříve vždy zjisti potřeby, teprve pak přesvědčivě prezentuj	53
	5.7	Po uzavření obchodu se s klientem dál bav o životě – chceš přítele, ne „zákazníka na jedno použití“	54
6	6.1	Chceš uzavřít obchod? Vybuduj s druhou stranou vzájemné porozumění	57
	6.2	Soustřeď se ze všech sil na zájmy klienta – vyplatí se to	58
	6.3	Mluv od srdce, obchoduj srdcem	59
	6.4	Nevyvíjej na zákazníka nátlak	60
	6.5	Obchodem chci získat přítele, nejen zákazníka – to je ta nejkrásnější věc na byznyse	62
7	7.1	Vše, co potřebuješ k obchodu – schopnost vybudovat porozumění, schopnost naslouchat a rozhodnutí být druhému užitečný	64
8	8.1	Když se nedaří, nevzdávej to – nezdary netrvají věčně, vytrvej	67
	8.2	Dávej druhému zřetelně najevo, že mu rozumíš – pokud mu skutečně rozumíš	68
9	9.1	Tajemství „Pana Obchodníka“ – klid, vyrovnanost, touha vyslechnout a pochopit, prozíravě odpovědět, zachovat si v každé situaci vnitřní rovnováhu	71
	9.2	Vnitřní klid, vnitřní klid a vnitřní klid	72
	9.3	Každý člověk má právo na svůj vlastní názor. Umím to pochopit?	72

	9.4	Nech druhé mluvit, to je celé	73
	9.5	Být v klidu, vnímat, co se děje – a pak říct, co mám zrovna na mysli	75
	9.6	Jak uvnitř, tak vně – platí stále	76
10	10.1	Řekni si o reference	78
	10.2	Znovu a znovu – nejdříve zjisti, co chce zákazník, teprve pak předlož nabídku	79
	10.3	Pokud jsou otázky základním nástrojem obchodníka, potom otázka „proč?“ je mezi nimi zlatem	79
	10.4	Vždy klientovi zrekapituluj, co ses od něho dozvěděl – klidně i třikrát, čtyřikrát za celou obchodní schůzku	81
	10.5	Základní paradox – čím méně chceš prodávat a čím víc chceš pomáhat, tím víc obchodů dojednáš	83
11	11.1	Podceňovaná síla rozhodnutí	84
	11.2	I obchodník má právo vybírat si zákazníky	85
	11.3	Podle ovoce poznáte správnost či nesprávnost rozhodnutí	86
12	12.1	Když uzavřeš obchod, je to OK – když ho neuzavřeš, je to taky OK ...	87
	12.2	Nejdříve seznam klienta s hodnotou a přínosem výrobku/služby pro něho, teprve pak mluv o ceně této hodnoty a přínosu	88
	12.3	Strídej „rytmus“ nálady na schůzce – uvolněnost a smích s vážností a upřímností	89
	12.4	Chvilu, kdy zákazník přemýšlí, je posvátná – buď zticha	91
	12.5	Vždy, vždy, vždy umožni klientovi zachovat si tvář – ať už má pravdu nebo ne	92
	12.6	Nesnaž se dostat klienta tam, kam chceš ty – to ty se přizpůsob jeho potřebám	93
	12.7	Ticho a pohled do očí	94
	12.8	Shrnutí klíčových bodů prodeje	96
13	13.1	A co když klient už má dodavatele, konkurenční firmu? Běž si prostě jen popovídat	98
	13.2	Úsměv od srdce rozpouští ledy	99
	13.3	Nech druhému jeho pravdu	100
	13.4	Nepři se s druhými o nepodstatné věci. Dej klientovi prostor mít pravdu, říct, co chce říct	101

14	14.1	Opakování, matka moudrosti – když si jednou něco uvědomíš, neznamená to, že si toho budeš vědom „navěky“	105
	14.2	Budovat porozumění – základ obchodu	105
	14.3	Sobectví v obchodě – neúspěch jistý	107
	14.4	Dej druhému člověku své srdce – on ti pak dá to svoje. Získej si srdce člověka – on ti pak dá svou důvěru v tebe	108
	14.5	Rozjímání o účelu obchodu	109
	14.6	Na schůzku budu chodit s tím, že na prvním místě je vybudovat porozumění	110
	15	15.1	Co to znamená být v kůži druhého člověka
15.2		Několik slov o telefonování	113
15.3		Když je klient vzteklý, běž za ním ve své emoci vědomě „dolů“	115
15.4		Měj z obchodu radost, neber to smrtelně vážně	117
16	16.1	Co když mám v hlavě myšlenku: „Nezvládnou to!“	119
	16.2	Pouhé potlačování negativních pocitů tě vždy zradí	120
	16.3	Dělej vše nejlépe, jak umíš. Podle nejlepšího vědomí a svědomí – pak bude vše OK	120
17	17.1	Řekni klientovi, že nejsi prodejce, který musí za každou cenu prodat – myslíš-li to vážně, sblíží vás to	122
	17.2	Zajímej se o druhé tak dlouho, dokud se nezačnou oni upřímně zajímat o tebe	124
	17.3	Když nevíš, co říct nebo udělat, mlč, buď v klidu a nech věcem volný průběh	126
	17.4	Když se ti nedaří, nevzdávej se. Buď aktivní, používej zdravý selský rozum, dej do „toho“ srdíčko	128
	17.5	Možná stačí méně hodnotit a více se snažit porozumět	129
18	18.1	Na prvním místě člověk, ne obchod	131
	18.2	Dávej druhým najevo, že jim rozumíš – vytváří to „most porozumění“ mezi vámi	133
	18.3	Používej další nástroj obchodníka – usměrňování toku zájmu	134
	18.4	Jak můžeš reagovat, mimo jiné, na zákaznickou otázku: „A co mi vlastně můžete nabídnout?“	136
	18.5	Nech zákazníky, ať si vybírají a nakupují sami. Neprodávej, jen usměrňuj obchodní jednání	137
	18.6	Dej zákazníkovi šanci a prostor přemýšlet o tom, co chce	138

	18.7 Tvůj neverbální projev dává klientovi výraznou zpětnou vazbu – nehodnot' tedy klientova slova přehnaným neverbálním projevem (vytřeštěnýma očima apod.), pokud mluví o něčem choulostivém	140
	18.8 Řekni si o obchod	141
	18.9 A co když přijde námitka?	142
	18.10 Co následuje po schůzce?	143
19	19.1 A kdo tluče, tomu bude otevřeno... Tluč, pros, hledej	145
	19.2 Jedna z největších chyb – být netrpělivý	147
	19.3 Otázky – klíč k cestě a výsledku	147
	19.4 Obchodník, který nemá v prodeji výsledky, nemá skutečné odhodlání uspět	148
	19.5 Několik postřehů navíc	149
20	20.1 Na nic si nehraj, buď upřímný a přirozený, buď sám sebou	151
	20.2 Trpělivě a upřímně se zajímej	151
	20.3 Co se mám tímto naučit?	153
21	21.1 Na obchodní schůzku se připrav, nepodceňuj význam přípravy	155
	21.2 Odstraň svou vlídností sociální masky a tvrdost obchodních partnerů	156
	21.3 Co tím máte na mysli, hodně peněz?	156
	21.4 Při zvládání námitek neargumentuj, snaž se vžít do zákazníka a pochopit to, čeho se bojí. Pak předlož důkaz, ne argument	158
	21.5 Zkoušej to. Kdo nic nezkusí, nic nezíská	160
	21.6 Na počátku schůzky se pohodlně posad' a sed' tak po celý rozhovor	161
22	22.1 Sedm bodů prodeje	163
	22.2 Klid, pohoda, duševní rovnováha	163
	22.3 Upřímnost nad zlato	164
	22.4 Trpělivý zájem	165
	22.5 Pozorné naslouchání	167
	22.6 Porozumět lidem	167
	22.7 Stále se učit	168
	22.8 Účel	169

23	23.1 Duševní stav obchodníka – proč jej řešit?	171
	23.2 Tvoje schopnosti říkají: „Dokážeš to“	171
	23.3 Věnuj pozornost tomu, co cítíš uvnitř, nejen tomu, co vidíš vně	172
	23.4 Buduj důvěru, teprve pak prodávej	173
	23.5 Klíč k obchodu – najít přání a potřeby zákazníka. Najdi aspoň 5–7 důvodů „proč“	174
	23.6 Používej shrnutí, rekapitulaci rozhovoru tak často, jak jen to jde	174
	23.7 Sleduj nejlepší zájmy klienta	176
	23.8 Jak vypadá profesionální obchodník?	176
24	24.1 Síla rozhodnutí působí stále	178
	24.2 Trpělivost, trpělivost, trpělivost	179
	24.3 Lidi nezajímá, co pro ně máš, dokud nepoznají, že se zajímáš především o ně	179
	24.4 Plusové body v komunikaci	180
	24.5 Projevovat úctu druhému člověku – základní lidská slušnost	182
	24.6 Člověk velmi dobře reaguje na „plusovou komunikaci“	183
25	25.1 Tisíc a jedna každodenní maličkost	186
26	26.1 Naslouchej svému vnitřnímu hlasu, hlasu svědomí	197
	26.2 Intenzita, energie, moudrost	198
27	27.1 Základ života	200
28	28.1 Psychická příprava na schůzku	201
	28.2 Udělej během přípravy na schůzku vše, co je v tvých silách – na schůzce samotné dej věcem volný průběh	202
	28.3 Kompas pro životní cesty	203
29	29.1 Vytrvalá a vstřícná snaha o komunikaci	205
30	30.1 Pokud ti klient zruší smlouvu, nevzdávej se, nezanevři na něj – kontaktuj ho za nějaký čas v přátelském duchu znovu	207
	30.2 Historicky byl prodej založen především na prezentaci a přesvědčování. Poté přišla doba, kdy obchodníci především naslouchali. Dnes se obchod posouvá dál. Jeho základem bude přátelství – a samozřejmě kvalitní produkt	208

30.3	Klientova otázka, obava, nejistota – to nejsou námitky	209
30.4	Nátlakem a argumentací zvládají námitky amatéři. Profesionální obchodník zvládá námitky porozuměním, pochopením, otázkami, vstřícností, diskuzí a trpělivostí	210
30.5	Nereaguj na slovní výpady – buď stále klidný, drž se debaty k věci	211
30.6	Vyjít se dá s každým, pokud se pro to rozhodneš a jsi připraven zaplatit za to cenu – od trpělivosti přes sebezapření až po pokoření	214
30.7	Cesta na vrchol. A zpátky	215
31	31.1 Obchod s přítelem	218
	31.2 Upřímnost k sobě samému	220
	31.3 Udělej z úspěchu zvyk	221
	31.4 Příčina a důsledek, akce a reakce, kauzalita	223
	31.5 Jak se zlepšovat?	224
	31.6 Znamení dobrého obchodníka	225
	Závěr	233
	Doslov	234
	A na úplný závěr	235
	Seznam lekcí	236