

## Biblia sprzedaży

Autor: [Arkadiusz Bednarski](#)

### Handlowa prawda objawiona

Na początku było słowo. Słowo, które stało się narzędziem do opisu materii. I zobaczył sprzedawca, że słowo jest dobre nie tylko do opisu świata. Słowo wraz z ciałem — mową ciała — stało się podstawą jego warsztatu pracy. I zaczął on poszukiwać nowych dróg dotarcia do klienta. I znalazł te drogi. Zebrał je i opisał w Pięcioksięgu Biblii sprzedaży, by służyły po wsze czasy kolejnym pokoleniom.

Oto więc przed Tobą, Sprzedawco, otwiera się krynica wiedzy, na którą czekałeś. Księga Wejścia. Ta księga jest o tym, jak i kiedy ludzie poznali sprzedaż. Mówi o jej roli, przejawach, zawiera liczne handlowe przypowieści, obala mity. Definiuje i systematyzuje sprzedaż. Księga Przyczyny. Oto tekst, który motywuje. Zmienia nastawienie sprzedawcy do siebie, otoczenia i procesu sprzedaży. Przekazuje współczesną wiedzę z dziedziny psychologii oraz różnych nurtów pracy nad sobą. Księga Metody. To część poświęcona technikom sprzedaży. Wszak warsztat sprzedawcy jest wyznacznikiem sukcesu zawodowego. Autentyczne przykłady ułatwią doskonalenie własnych umiejętności. Księga Drogi. Opisuje rzeczywistość i wieszczy. Prowadzi drogą, którą zmierza sprzedaż, wskazuje nowe jej kierunki i rodzaje. Księga Pasji / Tajemnicy. Księga multimedialna, połączona z medium wirtualnym poprzez stronę internetową. Obfite źródło motywacji i inspiracji.

### Idźcie zatem i sprzedawajcie!

---

**Arkadiusz Bednarski** — jeden z najbardziej znanych polskich trenerów, coachów i mentorów. Specjalizuje się w szkoleniach z zakresu rozwoju osobistego i sprzedaży. Prowadzi szkolenia w kraju i za granicą. Ze sprzedażą związany jest od 1994 roku. W trakcie swojej kariery zawodowej pracował jako sprzedawca, menedżer i prezes zarządu. Autor dziewięciu książek, w tym bestsellerów [Mistrz sprzedaży](#) (Onepress 2009, 2012) i [Arcymistrz sprzedaży](#) (Onepress 2009, 2012).

Spis treści:

#### **KSIĘGA WEJŚCIA**

- KW.I. GENEZA (11)
- KW.II. POJAWIA SIĘ SPRZEDAŻ (11)
- KW.III. CO O TYM MYŚLISZ? (18)
- KW.IV. CO NAS POWSTRZYMUJE? (19)

#### **KSIĘGA PRZYCZYNY**

##### **Część I. Jak i Dlaczego (27)**

- KP.I.1. SKĄD SIĘ BIORĄ EFEKTY? (28)

- KP.I.2. O CO PYTAĆ? (34)
- KP.I.3. NIE ZAWSZE RAZEM (38)

## **Część II. Z dystansu (41)**

- KP.II.1. CZYM JEST MOTYWACJA? (42)
- KP.II.2. WAŻNE PYTANIA (49)

## **Część III. U źródeł (53)**

- KP.III.1. BIP. BÓL I PRZYJEMNOŚĆ (54)
- KP.III.2. PERCEPCJA (61)

## **Część IV. Główny nurt (68)**

- KP.IV.1. WZORCE MENTALNE (68)
- KP.IV.2. WARTOŚCI (71)
- KP.IV.3. PRZEKONANIA (81)
- KP.IV.4. POTRZEBY (111)

## **Część V. Otwórz oczy! (139)**

- KP.V.1. ZMYSŁY (140)
- KP.V.2. KONCENTRACJA (142)
- KP.V.3. SIŁA PYTAŃ (149)
- KP.V.4. JĘZYK (167)

## **Część VI. Podróż do przyszłości (175)**

- KP.VI.1. MAGIA EFEKTÓW (176)
- KP.VI.2. STWÓRZ WIZJĘ! (179)
- KP.VI.3. WYTYCZANIE CELÓW (186)

## **KSIĘGA METODY**

### **Część I. Dlaczego lubimy kupować i nie lubimy, jak się nam sprzedaje (201)**

- KM.I.1. ŹRÓDŁA NASZYCH DECYZJI (202)
- KM.I.2. POTRZEBY (204)

### **Część II. Od czego zacząć? (222)**

- KM.II.1. PIERWSZY KROK (223)
- KM.II.2. BAZA KONTAKTÓW (228)
- KM.II.3. SIĄGANIE (233)

### **Część III. Właściwe podejście do sprzedaży (251)**

- KM.III.1. TWÓJ KLIENT (252)
- KM.III.2. SKUTECZNOŚĆ ROZMOWY TELEFONICZNEJ (256)

#### **Część IV. Telefon (263)**

- KM.IV.1. ZANIM WYBIERZESZ NUMER (264)
- KM.IV.2. KONSTRUKCJA ROZMOWY TELEFONICZNEJ (267)
- KM.IV.3. ZASTRZEŻENIA (292)

#### **Część V. Spotkanie handlowe (300)**

- KM.V.1. ETAP PIERWSZY - NAWIĄZANIE KONTAKTU (303)
- KM.V.2. ETAP DRUGI - ZBIERANIE INFORMACJI I UŚWIADAMIANIE POTRZEB (317)
- KM.V.3. ETAP TRZECI - PRZEDSTAWIENIE PROPOZYCJI I PREZENTACJA (330)
- KM.V.4. PREZENTACJA WIELOOSOBOWA (335)
- KM.V.5. ETAP CZWARTY - ZAMKNIĘCIE SPRZEDAŻY (342)
- KM.V.6. UTWIERDZENIE W DECYZJI (348)
- KM.V.7. ZASTRZEŻENIA (351)
- KM.V.8. PODSUMOWANIE (363)

#### **Część VI. Wzorzec Pytań Prowadzących (WPP) (366)**

- KM.VI.1. SIŁA PYTAŃ (367)
- KM.VI.2. JAK DZIAŁA WZORZEC? (369)
- KM.VI.3. TWORZENIE PYTAŃ (377)

### **KSIĘGA DROGI**

#### **Część I. Dokąd zmierza sprzedaż? (385)**

- KD.I.1. CZYM JEST DZISIAJ PRODUKT? (386)
- KD.I.2. ZMIANY W ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW (388)

#### **Część II. WIELKIE TRENDY (399)**

- KD.II.1. NETWORK MARKETING (400)
- KD.II.2. E-COMMERCE (423)

### **KSIĘGA PASJI**

- KP.I. CZYM JEST PASJA? (427)
- KP.II. GDZIE ZACZAĆ? (432)
- KP.III. ODPOWIEDZIALNOŚĆ (448)
- KP.IV. TROCHE ETYKI (465)
- KP.V. AKADEMIA HANDLOWA (467)