

## Proaktywny telemarketing

Autor: Paweł Walczak

### **Proaktywność nie jest celem. Jest środkiem. Ułatwia sprzedawanie.**

Słowo „proaktywność” w kontekście biznesowym często mylone bywa ze słowem „przedsiębiorczość”. Czasem też utożsamiane jest ze skutecznym działaniem. Tymczasem skuteczne czy właściwe działanie to tylko efekt proaktywności. Zanim bowiem zaczniesz działać czy reagować, zmiana musi nastąpić w Tobie. Dopiero wówczas możemy mówić o proaktywności. Nie jest ona efektem, czymś, co należy osiągnąć. Nie jest kolejnym celem w Twoim życiu, do którego należy dążyć. Jest przyczyną, postawą, zapewnia dostęp do zasobów zarówno związanych z podejmowaniem inicjatywy, jak i wynikających z braku inicjatywy - w zależności od tego, jakie działanie uznamy za lepsze.

Proaktywność sprawdza się w całym procesie sprzedaży, jednak ta książka skupia się na najtrudniejszym etapie procesu sprzedażowego - na telesprzedaży. Dlaczego? Ponieważ jeśli właśnie w tej przestrzeni nauczysz się działać proaktywnie, przeniesienie zdobytych doświadczeń na inny grunt będzie dla Ciebie bardzo proste. Co więcej, struktura proaktywnej postawy pozostaje zawsze taka sama. Zatem korzyści z przeczytania tej książki i odbycia proponowanego w niej treningu odniosą nie tylko osoby, które zawodowo zajmują się telefonowaniem.

**Paweł Walczak** - socjolog, coach, szkoleniowiec, konsultant wsparcia sprzedaży. Przez kilkanaście lat pracował w działach sprzedaży, na różnych, również menedżerskich stanowiskach. W 2007 r. zrealizował kryteria sprzedaży organizacji MDRT, dołączając tym samym do grona najlepszych na świecie sprzedawców produktów ubezpieczeniowych i inwestycyjnych. Telemarketing był w zasadzie zawsze obecny w jego życiu - autor wykorzystywał go do umawiania spotkań, sprzedaży i rozmów reklamacyjnych. Jego motto to: „Szczęścia się nie szuka, szczęście się trenuje”.

Spis treści :

### **Wstęp (5)**

#### **1. Czym jest proaktywność (9)**

- Koncepcja postawy a proaktywność (9)
- Czym jest postawa? (15)
- Model nabywania umiejętności (21)
- Uważność a proaktywność (29)

#### **2. Faza treningu, czyli budowanie proaktywnej postawy (49)**

- Rola harmonogramu i trzy fazy budowania proaktywności (49)
- Budowanie postawy, czyli jak trenować (60)

#### **3. Faza sesji telefonicznej (83)**

- Społeczne uwarunkowania sprzedaży i rozmowy telefonicznej (83)
- Scenariusz początku rozmowy (92)
- Praca z obiekcjami (101)
- Przyjmowanie obiekcji (114)

#### **4. Faza regeneracji (153)**

**Epilog (163)**

**O autorze (165)**

**Podziękowanie (167)**

**Bibliografia (168)**