

Arcymistrz sprzedaży. Jak z dobrego stać się wybitnym sprzedawcą.

Autor: [Arkadiusz Bednarski](#)

Handlowa wirtuozeria

- Co różni mistrza od arcymistrza?
- Jak mądrze wywierać wpływ?
- Czy uczciwość popłaca?

Chcesz zostać świetnym handlowcem? Polecamy Ci Mistrza sprzedaży - to książka, która pozwoli Ci rozwinąć skrzydła.

A może już teraz jesteś naprawdę dobry w tym, co robisz?

Bycie tylko jednym z wielu dobrych handlowców przestało Cię satysfakcjonować? Szukasz czegoś więcej, by zaspokoić swoje ambicje? Możesz zostać arcymistrzem, prześcignąć całą konkurencję, stanąć na najwyższym podium i spojrzeć na wszystkich z góry. Oto książka, która podsyca Twoją potrzebę osiągnięcia spektakularnego sukcesu, wskaże Ci cienką linię, oddzielającą handlowca dobrego od wybitnego, i pokaże, jak ją przekroczyć.

Jednak satysfakcja to nie wszystko... Będąc niedoścignionym geniuszem handlu, perfekcyjnym wirtuozem sprzedaży, otrzymujesz godną Twojej pracy nagrodę. Świetni handlowcy zarabiają oczywiście bardzo dobrze, ale wybitni handlowcy nie mają żadnych limitów wynagrodzeń! Potrzebujesz jeszcze czasu do namysłu?

To NIE jest książka dla osób, które:

- chcą się nauczyć sprzedawać, bo nie mają nic lepszego do roboty;
- mają ochotę dowiedzieć się czegoś na temat technik sprzedaży;
- w sprzedaży poszukują łatwego zarobku;
- tylko dla tych, którzy chcą wzbic się ponad przeciętność

Spis treści:

Wprowadzenie. Czym różni się mistrz od arcymistrza? (7)

1. Sukces w sprzedaży? Prostsze, niż może się wydawać (11)

- Dwie metody na osiągnięcie sukcesu w sprzedaży (11)
- Różne definicje sukcesu (12)
- Konsekwencja (23)
- Etapy rozwoju handlowca (24)
- Kiedy trwać w decyzji, a kiedy zrezygnować (29)

2. Czy może być coś bardziej oczywistego? Jak zaplanować cele (33)

- Znam - Rozumiem - Stosuję (33)
- Formuła C - M - S (35)
- Dlaczego mamy problem z realizacją celów? (36)

- Rozmycie (37)
 - Dystraktory (38)
- Podejście do wytyczania celów (39)
- Wytyczanie celów - warsztat (46)
 - Etap 1. Cele, czyli to, czego naprawdę chcesz (48)
 - Etap 2. Precyzja, czyli określ termin realizacji (55)
 - Etap 3. Powód, czyli jak bardzo tego pragniesz (57)
 - Etap 4. Plan, czyli co trzeba zrobić (62)
 - Etap 5. Działanie, czyli co zrobić teraz (63)
- Co dalej? (65)
 - Kontakt (65)
 - Elastyczność (65)
 - Częstotliwość (66)

3. Czy uczciwość popłaca? Sprzedaż etyczna a nieetyczna (67)

- "Etyka" wokół nas (71)
- Jak wpływać na decyzje klienta? (72)
- Argumentowanie (77)
- Jak i skąd czerpać niezbędne kompetencje? (78)
- W jakich sytuacjach używać argumentów? (81)
 - Erozja relacji (88)
 - Tworzenie niewłaściwych relacji (90)
 - Deficyt kompetencji (96)

4. Czasami trzeba trochę przycisnąć. Mądre wywieranie wpływu (97)

- To, co działa zawsze - zasady i techniki wpływu uniwersalnego (104)
 - Budowanie kontaktu (105)
 - Dostrojenie (105)
 - Dostrojenie - prowadzenie (107)
 - Dostrojenie - prowadzenie - zmiana (109)
 - Negacje i pochodne (112)
 - Powtarzanie (116)
- To co działa czasami - wpływ ograniczony (119)
 - Spójniki (122)
 - Presupozycje (133)
 - Słowa-klucze (145)
 - Słowa-pułapki (147)
 - Język czasu (147)
 - Akcent i intonacja (149)
 - Postawa (150)
- Mądre stosowanie technik wywierania wpływu (152)

5. Kto pyta, nie błądzi. Sztuka sprzedaży poprzez zadawanie pytań (155)

- Siła zadawania pytań (157)
- Jak sprzedawać, zadając pytania? (161)
- Formuła rozmowy handlowej opartej na pytaniach (194)
 - Metody zamiany zdań twierdzących na pytania (195)

Następny krok (199)

Bibliografia (201)