

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	7
Глава 1. Путь.....	13
Глава 2. «Умник», «критик», «деловой».....	19
Раздел 1. Психология продаж.....	23
Глава 3. Стакан карандашей, или «Что такое продажа?».....	25
Глава 4. Вера в продукт: ее структура и влияние на уровень продаж.....	30
Глава 5. «Агрессор», «удобный продавец» и профессионал.....	35
Глава 6. Ведущий и ведомый: кто кого?.....	42
Глава 7. Пауза — тихое оружие.....	47
Раздел 2. Настойчивость и другие навыки.....	51
Глава 8. Настойчивость: слепая и гибкая.....	53
Глава 9. Вопросы.....	57
Глава 10. Окно Джохари.....	65
Раздел 3. Танцы продаж.....	71
Глава 11. Танцы продаж.....	73
Глава 12. Цена и субъективная ценность.....	78
Глава 13. Сценарий продаж.....	84
Раздел 4. БЛОК 1: Выявление проблем.....	87
Глава 14. Установление контакта.....	89
Глава 15. Выявление проблем и потребностей.....	96
Глава 16. Четыре типа потребностей.....	100
Глава 17. Хет-трик продаж.....	105

Раздел 5. БЛОК 2: Презентация решения проблемы	109
Глава 18. Презентация решения проблемы	111
Глава 19. Техника ХПВК	117
Глава 20. Правило Коломбо	121
Глава 21. Точки схода	123
Глава 22. Вовлекай!	126
Раздел 6. БЛОК 3: Закрытие сделки	129
Глава 23. Закрытие сделки	131
Глава 24. Причины, по которым вы не закрываете сделки.	133
Глава 25. Вопрос «зачем?» и про счастье	137
Глава 26. Переход к опциям	139
Глава 27. Форматы, тарифы, пакеты	141
Глава 28. Те самые две секунды	147
Глава 29. Работа с возражениями.	155
Глава 30. Придание стоимости проблеме	159
Глава 31. Системный подход к работе с возражениями	166
Глава 32. Скидки.	170
Раздел 7. Скидки, подарки, другие техники	175
Глава 33. Не скидка, а система ценообразования	177
Глава 34. Правила предоставления скидок	180
Глава 35. Когда к нам пришел Волк с Уолл-стрит	187
Глава 36. Подарки	189
Глава 37. Язык мышления.	194
Глава 38. Увеличение продаж	198
Глава 39. Техника «Представьте себе».	200
Глава 40. Вам это не нужно	202
Глава 41. Как управлять продажами	204
Благодарность учителям	212
Заключение	214
Алфавитный указатель	216