

---

# Spis treści

---

|                                                 |            |
|-------------------------------------------------|------------|
| <b>Wstęp</b>                                    | <b>7</b>   |
| <b>Rozdział 1. Praca handlowca</b>              | <b>11</b>  |
| Pranie mózgu i istota handlu                    | 11         |
| Znaczenie umiejętności sprzedażowych            | 19         |
| O pracy w sprzedaży                             | 24         |
| <b>Rozdział 2. Fundamenty</b>                   | <b>43</b>  |
| Zły dzień, złe życie                            | 43         |
| Fundamenty                                      | 56         |
| Fundamenty: lęk                                 | 58         |
| Fundamenty: porażka                             | 64         |
| Fundamenty: samoakceptacja plus mity            | 70         |
| Fundamenty: motywacja                           | 83         |
| <b>Rozdział 3. Przygotowanie do pracy</b>       | <b>95</b>  |
| Bez planu = bez sensu                           | 95         |
| Estetyka — wizytówka firmy i przy okazji Twoja  | 100        |
| Knowledge is power                              | 118        |
| Materiały sprzedażowe                           | 123        |
| <b>Rozdział 4. Znajomość produktu i klienta</b> | <b>135</b> |
| Poznaj swój produkt!                            | 135        |
| Kim jest Twój klient                            | 145        |
| Uniwersalne metody pozyskiwania klientów. Wstęp | 150        |

|                                                                               |            |
|-------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Uniwersalne metody pozyskiwania klientów<br>— jak robić dobrze przez telefon? | 151        |
| Uniwersalne metody pozyskiwania klientów — mailing                            | 159        |
| Uniwersalne metody pozyskiwania klientów<br>— personal branding               | 165        |
| <b>Rozdział 5. Badanie potrzeb klienta</b>                                    | <b>175</b> |
| Dominacja? Nie! Kontrola? Tak!                                                | 175        |
| Czym jest magia, czyli składniki pytań                                        | 182        |
| <b>Rozdział 6. Prezentacja, zamknięcie<br/>i domknięcie sprzedaży</b>         | <b>199</b> |
| Jaka oferta?! Ja nic nie zamawiałem                                           | 199        |
| Prezentacja taka, że babcia będzie dumna!                                     | 203        |
| Trzy podstawowe zamknięcia sprzedaży                                          | 212        |
| Trzy techniki moralnie szare bądź ciemniejsze                                 | 216        |
| Na wojnie z obiekcjami                                                        | 221        |
| <b>Rozdział 7. Obsługa posprzedażowa</b>                                      | <b>235</b> |
| Dbaj o swoje                                                                  | 235        |
| Siła rekomendacji                                                             | 241        |
| Rezultaty, czyli ostrzeżenie przed niebezpieczeństwem                         | 243        |
| <b>Słowniczek przydatnych zwrotów</b>                                         | <b>245</b> |