

SPIS TREŚCI

WSTĘP	3
ROZDZIAŁ I Różne formy i style sprzedaży	8
I. Różne formy sprzedaży	8
II. Style sprzedaży	13
ROZDZIAŁ II Różne etapy sprzedaży	17
I. Przyjęcie	20
II. Rozpoznanie potrzeb i słuchanie	29
III. Argumentacja i demonstracja	54
IV. Odpowiedź na zastrzeżenia	67
V. Zakończenie sprzedaży	74
ROZDZIAŁ III Marketing i merchandising	79
I. Merchandising	79
II. Marketing	86
ROZDZIAŁ IV Techniki sprzedaży za granicę	91
ROZDZIAŁ V Nowe formy sprzedaży	97
I. Sprzedaż przez telefon lub telesprzedaż	98
II. Sprzedaż konsultacyjna	99
III. Sprzedaż paradoksalna	101
ROZDZIAŁ VI Szkolenie z technik sprzedaży	107
I. Cele szkolenia	107
II. Program i treść szkolenia	110
III. Metody i narzędzia pedagogiczne	114
PODSUMOWANIE Wartość i ograniczenia technik sprzedaży	118
BIBLIOGRAFIA	123