
Spis treści

Przedmowa	7
I. Wstęp	9
2. Tożsamość akwizytora	21
2.1. Czy identyfikujesz się ze swoim zawodem?	21
2.2. Czynniki zewnętrzne: rola i oczekiwania z zewnątrz	22
2.3. Czynniki wewnętrzne: postawy	38
2.4. Wyzwanie – niedostateczne wymagania – nadmierne wymagania ..	50
3. Odwaga do akwizycji	54
3.1. Bariera strachu	54
3.2. Przewycięzanie strachu w trzech krokach	62
3.3. Wewnętrzny dialog	71
4. Bierność	82
4.1. Bierność w akwizycji	83
4.2. Jak sobie radzić z biernością	92
4.3. Bierność partnerów handlowych	99
5. Jak sobie radzić ze stresem	104
5.1. Stres – codzienne zjawisko	104
5.2. Opanowanie stresu w akwizycji	110
6. Perfekcyjne wystąpienie	117
6.1. Pierwsze wrażenie jest decydujące	117
6.2. Jak skutecznie oddziaływać na otoczenie?	120
6.3. Jak wpływać na innych?	122
7. Podstawa akwizycji: relacja z klientem	128
7.1. Człowiek – stworzenie społeczne	128
7.2. W jaki sposób nawiązać kontakt?	137
8. Wpływ systemu	155
8.1. Akwizycja w kontekście środowiskowym	155
8.2. Gdy akwizycja jest nowym zjawiskiem w systemie	158
8.3. Warunki skutecznego wsparcia ze strony systemu	161
9. Wpływ kadry zarządzającej na akwizycję	175

10. Strategie akwizycyjne skutecznego sprzedawcy	182
10.1. Pozyskiwanie klientów: bez uprzedzeń	182
10.2. Pozyskiwanie klientów o wysokim potencjale dzięki ambitnym eventom	192
10.3. Werbowanie nowych klientów poprzez profesjonalną akwizycję zimną w branży motoryzacyjnej	198
10.4. Korzystny wpływ specjalizacji szkoleniowców i doradców	205
10.5. Aktywizacja pozyskanych klientów metodą cross-selling oraz rekomendacji	212
11. Poradnik dla akwizytorów	217
11.1. Niepowodzenie podczas realizacji przyjętych założeń	217
11.2. Zahamowania towarzyszące akwizycji nowych klientów	221
11.3. Trudności identyfikacyjne podczas aktywizacji klientów	225
11.4. Nadmierne oczekiwania kadry kierowniczej	227
11.5. Brak dalszych kontaktów	230
11.6. Problematyczna akwizycja telefoniczna	234
11.7. Osobiste blokady	240
12. Poradnik akwizycyjny dla kadry zarządzającej	246
12.1. Niedostateczne kompetencje menedżerów	247
12.2. Niedoceniać akwizycji	255
12.3. Od doradcy do sprzedawcy	261
12.4. Trudności w realizacji założeń akwizycji	269
12.5. Utrudnienia w forsowaniu decyzji	276
13. To ty decydujesz o sukcesie	282