

Περιεχόμενα

ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ	11
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	13
Η ΜΕΘΟΔΟΣ SOS	15

Α' ΕΝΟΤΗΤΑ **S = SELF – ΕΓΩ Ο ΠΩΛΗΤΗΣ**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΣ ΠΩΛΗΤΗΣ	21
1. Η σύγχρονη πώληση	21
2. Η φιλοσοφία των πωλήσεων (Consumer is king)	23
3. Μάρκετινγκ & πωλήσεις: Η ίδια δουλειά από διαφορετική σκοπιά	24
4. Προσωπικότητα και στάση του πωλητή	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΣ ΠΩΛΗΤΗΣ	33
1. Ο ρόλος της επικοινωνίας στην πώληση	33
2. Επικοινωνώντας αποτελεσματικά	39
3. Η δημιουργία του κατάλληλου επικοινωνιακού περιβάλλοντος	43
4. Το φυσικό οπλοστάσιο του πωλητή	46
5. Η σημασία της μη λεκτικής επικοινωνίας	54
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο ΨΥΧΟΛΟΓΟΣ ΠΩΛΗΤΗΣ	61
1. Οι λόγοι για τους οποίους αγοράζει ο υποψήφιος πελάτης	61
2. Η αγοραστική συμπεριφορά	64
3. Διαδικασία διερεύνησης των ανθρώπινων αναγκών – Ο τρόπος που αισθάνεται και σκέπτεται ο πελάτης	67
4. Η δημιουργία προσωπικής σχέσης με τον πελάτη	74
5. Προετοιμαστείτε για την περίπτωση απόρριψης	80
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΑ ΚΛΕΙΔΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ	83
1. Τα βήματα της πώλησης	83

- | | |
|----------------------------------|----|
| 2. Η θετική στάση | 84 |
| 3. Ο «μύθος» του δύσκολου πελάτη | 87 |

Β' ΕΝΟΤΗΤΑ

Ο = OTHER – Ο ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ΠΕΛΑΤΗΣ

Οι τεχνικές των πωλήσεων ως ένα ολοκληρωμένο σύστημα δράσεων προς τον πελάτη

Α' ΜΕΡΟΣ

ΠΡΙΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ	93
1. Η προετοιμασία του πωλητή	93
2. Το αρχείο, το «πορτοφόλι», ο χαρτοφύλακας	97
3. Η ψυχολογική προετοιμασία	99

Β' ΜΕΡΟΣ

Η ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΝΟΙΓΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ	105
1. Η αρχική εντύπωση – Η δημιουργία θετικού κλίματος	106
2. Αναγνώριση περιβάλλοντος – Διερεύνηση αναγκών του πελάτη	109
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Η ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ	111
1. Χρήσιμες συμβουλές για την παρουσίαση πωλήσεων	111
2. Η επίδειξη των προϊόντων	112
3. Ο δίσκος των πωλήσεων (Χαρακτηριστικά-πλεονεκτήματα-οφέλη)	119
4. Ελκυστική γλώσσα	124
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: Η ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΩΝ ΑΝΤΙΡΡΗΣΕΩΝ	125
1. Οι αντιρρήσεις κατά τη διαδικασία της πώλησης	125
2. Οι τέσσερις μεγάλες κατηγορίες αντιρρήσεων	129
3. Ανοικτές και κλειστές ερωτήσεις	133
4. Οι πέντε κύριες τεχνικές χειρισμού των αντιρρήσεων	135

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: Η ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ	143
1. Η προετοιμασία της διαπραγμάτευσης	143
2. Προσδιορισμός των επιδιώξεων	145
3. Η διεξαγωγή της διαπραγμάτευσης	147
4. Το κλείσιμο μιας διαπραγμάτευσης	148
5. Πώς θα κλείσετε μια διαπραγμάτευση	151
6. Προς το κλείσιμο της συμφωνίας	152
7. Η προσέγγιση	159
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΚΛΕΙΝΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ	163
1. Το κλείσιμο της πώλησης	163
2. Τεχνικές και αντίστοιχες εκφράσεις «κλεισίματος της πώλησης»	169
3. Το κλείσιμο μιας συμφωνίας	173
Γ' ΜΕΡΟΣ	
ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11: ΜΕΤΑ ΤΟ ΚΛΕΙΣΙΜΟ ΤΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ	179
1. Τι πρέπει να γίνει για να υπάρχουν ικανοποιημένοι πελάτες;	179
2. Η δημιουργία πιστών πελατών – Διατήρηση των πελατών	180
Γ' ΕΝΟΤΗΤΑ	
S = SUBJECT – Ο ΠΩΛΗΤΗΣ ΜΑΝΑΤΖΕΡ	
Η οργάνωση και η στρατηγική της πώλησης	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12: ΣΤΟΧΟΘΕΣΙΑ ΚΑΙ ΧΑΡΑΞΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ	189
1. Θέτοντας στόχους	189
2. Χαράσσοντας στρατηγική	190
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13: ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΧΡΟΝΟΥ	197
1. Προσωπική οργάνωση	197
2. Οργάνωση χρόνου	200

3. Το «ευαγγέλιο» της οργάνωσης, του προγραμματισμού και του ελέγχου	206
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14: ΕΜΨΥΧΩΝΟΝΤΑΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΝΟΝΤΑΣ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	209
1. Η υποκίνηση του πωλητή	209
2. Χαρακτηριστικά οργάνωσης δικτύου πωλήσεων	217
ΑΝΤΙ ΕΠΙΛΟΓΟΥ: ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΣΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ (Τα τρία αδιάψευστα μοντέλα επιτυχίας)	221
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	225