

# Περιεχόμενα

Πρόλογος της ελληνικής έκδοσης	15
<b>Εισαγωγή: Ξεχάστε την πώληση προϊόντων και ξεκινήστε το διάλογο</b>	<b>19</b>
Τι είναι η πώληση προϊόντος και γιατί δεν αποδίδει	25
Τρία είδη πωλητών	26
Μια πολύ λεπτή διαχωριστική γραμμή	29
Η συμβουλευτική πώληση σημαίνει συζήτηση	32
<b>Μέρος 1ο Τα έξι στοιχεία του πλαισίου του διαλόγου</b>	<b>35</b>
<b>1. Στοιχείο διαλόγου: Το άνοιγμα</b>	<b>39</b>
Χαιρετισμός και συστάσεις	41
Το φιλικό κλίμα	43
Σκοπός	46
Η ατζέντα	48
Ο χρονικός έλεγχος	49
Επίλυση ή συζήτηση των αντιρρήσεων από την πρώτη στιγμή	50
Η γέφυρα σύνδεσης με τις ανάγκες	51
Περίληψη της φάσης του ανοίγματος	54
<b>2. Στοιχείο διαλόγου: Οι ανάγκες του πελάτη</b>	<b>55</b>
Η σπουδαιότητα που έχουν οι ερωτήσεις για τον εντοπισμό των αναγκών	57
1η φάση, 2η φάση	58
Όταν οι πελάτες δεν μπορούν ή δεν θέλουν να αποκαλύψουν τις ανάγκες	62

Οι πελάτες που σας λένε με ποιο τρόπο να τους πουλάτε	63
Περίληψη των αναγκών του πελάτη	65
<b>3. Στοιχείο του διαλόγου: Προσδιορισμός της θέσης (τοποθέτηση) του προϊόντος</b>	<b>67</b>
Περισσότερα για τα χαρακτηριστικά και τα πλεονεκτήματα	68
Λύσεις στην προσπάθεια εντοπισμού μιας ανάγκης	69
Η ιστορία της πώλησης προϊόντων	70
Εναλλακτικές καταστάσεις για τον προσδιορισμό της θέσης	73
Προσδιορισμός της θέσης σε σχέση με τους ανταγωνιστές	76
Κατευθυντήριες γραμμές για τον προσδιορισμό της θέσης	80
Περίληψη του προσδιορισμού της θέσης	80
<b>4. Στοιχείο του διαλόγου: Οι αντιρρήσεις</b>	<b>81</b>
Μια πρόκληση που λέγεται αντιρρήσεις	84
Από το "τι" στο "γιατί"	96
Το μοντέλο αντιμετώπισης αντιρρήσεων – Χρήση των δεξιοτήτων του διαλόγου για την αντιμετώπιση αντιρρήσεων	101
Πώς να αποφύγετε την πρόκληση αντιρρήσεων	108
Αντιρρήσεις για την τιμή – Οι διαπραγματεύσεις	109
Αναμένοντας τις αντιρρήσεις	111
Αντιμέτωπιση των αγενών ή των οργισμένων πελατών	112
Περίληψη για τις αντιρρήσεις	114
<b>5. Στοιχείο διαλόγου: Φάση του κλεισίματος/δράσης</b>	<b>117</b>
Παραδοσιακές τεχνικές κλεισίματος: Αποφύγετέ τις τελείως	122
Πώς να ζητάτε την παραγγελία	128
Πώς γίνεται το κλείσιμο	128
Διαβάστε τα σήματα κλεισίματος που στέλνει ο πελάτης	134
Αξιοποιήστε όλες τις δυνατότητές σας/Καταστρώστε τη στρατηγική σας για τις πωλήσεις	136
Οι πελάτες που επιδεικνύουν καθυστέρηση	138
Φροντίστε να μάθετε πότε πρέπει να σταματήσετε την προσπάθεια	139
Αναζητήστε το τελευταίο πρόβλημα	139
Μην υπονομεύετε το κλείσιμο	140

Όταν οι πελάτες λένε "όχι"	140
Δεχθείτε με αξιοπρέπεια μια αρνητική απάντηση	141
Συνοπτική παρουσίαση της φάσης του κλεισίματος/δράσης	142

## **6. Στοιχείο διαλόγου: Οι μετέπειτα ενέργειες** **143**

Οι μετέπειτα ενέργειες πριν από την πώληση	144
Μετέπειτα ενέργειες μετά την πώληση	146
Συνοπτική περίληψη των μετέπειτα ενεργειών	149

## **Μέρος 2ο Οι έξι κρίσιμες δεξιότητες του πλαισίου διαλόγου** **151**

### **7. Δεξιότητα για το διάλογο: Παρουσία** **153**

Η εμφάνιση	156
Η ματιά	157
Η φωνή	158
Η γλώσσα του σώματος	159
Η επιλογή των λέξεων	160
Η στάση	160
Περίληψη για την Παρουσία	161

### **8. Δεξιότητα για το διάλογο: Συσχέτιση** **163**

Η ταύτιση	169
Η προετοιμασία	171
Αντιγραφή/μίμηση	172
Δεξιότητες και στάση	173
Φροντίστε να είστε αληθινός	175
Χρησιμοποιήστε τη λογική	176
Η ευγένεια	177
Περίληψη για τη συσχέτιση	177

### **9. Δεξιότητα για τον διάλογο: Υποβολή ερωτήσεων** **179**

Το εύρος των ερωτήσεων	183
Τι να μην κάνετε	185
Πώς να θέτετε καλές ερωτήσεις	189
Χρησιμοποίηση εύστοχων ερωτήσεων για την αξιολόγηση των πελατών	198

Διεισδυτικές ερωτήσεις	199
Δεξιότητες στην υποβολή ερωτήσεων	203
Η φύση και η σειρά των ερωτήσεων	213
Ο φόβος για υποβολή ερωτήσεων έξω από τις δυνατότητές σας	214
Απαντώντας στις ερωτήσεις του πελάτη	214
Πιστολάδες και προπονητές πελατών	216
Συζήτηση μιας ερώτησης	217
Περίληψη της υποβολής ερωτήσεων	217

## **10. Δεξιότητα για τον διάλογο: Προσεκτική ακρόαση 219**

Τεχνικές προσεκτικής ακρόασης	221
Τήρηση σημειώσεων	226
Χρησιμοποίηση των σημειώσεών σας	227
Περίληψη της προσεκτικής ακρόασης	228

## **11. Δεξιότητα για τον διάλογο: Προσδιορισμός της θέσης του προϊόντος (Τοποθέτηση) 229**

Μια συγκεκριμένη περίπτωση	230
Επίπεδα παρουσίασης	232
2ο επίπεδο τοποθέτησης: Οι ανάγκες του πελάτη	233
Η πειθώ	235
Πώς να κάνετε τοποθέτηση όταν οι πελάτες δεν αποκαλύπτουν τις ανάγκες τους	237
Δημιουργία ή προσφορά λύσεων;	237
Διατηρήστε την ευελιξία σας	238
Το πρόγραμμά σας και το πρόγραμμα του πελάτη σας	238
Περίληψη της παρουσίασης	239

## **12. Δεξιότητα για το διάλογο: Έλεγχος 241**

Περίληψη του ελέγχου	244
----------------------	-----

## **Μέρος 3ο Προετοιμασία για το διάλογο πωλήσεων 247**

## **13. Καταρτίζοντας τη στρατηγική για τις πωλήσεις 251**

Το προφίλ του πελάτη	252
Τα σωστά πρόσωπα	253

Η σωστή διαδικασία	267
Το σωστό προϊόν	268
Μια επιτυχημένη στρατηγική	269
Περίληψη της στρατηγικής των πωλήσεων	271

#### **14. Σχεδιασμός της επαφής για πώληση** **273**

Η προετοιμασία του πελάτη	273
Οι τεχνικές γνώσεις	282
Η στρατηγική για την επαφή	283
Οι μετέπειτα ενέργειες (follow up): Αναφορές σχετικά με την επαφή	284
Περίληψη του σχεδιασμού της επαφής για πώληση	288

#### **Επίλογος: Αρχίστε την πώληση!** **289**

Έναρξη του διαλόγου πωλήσεων	289
Μια ομάδα εργαλείων	290
Λίγα λόγια για τη συγγραφέα	295