

Spis treści

Przedmowa	7
1. Zachowanie a sukces w sprzedaży	11
Sukces w sprzedaży na dużą skalę	15
Sprzedaż na dużą skalę	17
Cztery fazy rozmowy handlowej	24
Pytania a sukces	28
2. Wzbudzanie zaangażowania: zamykanie sprzedaży	33
Czym jest zamykanie?	35
Zgoda co do zamykania	36
Początek badań	37
Badanie w sieci sklepów fotograficznych	47
Zamykanie a poziom wiedzy klienta	50
Zamykanie a zadowolenie z relacji posprzedażowych	52
Dlaczego tak wielu ludzi się myli?	54
Wzbudzanie właściwego zaangażowania	59
Wzbudzanie zaangażowania: cztery skuteczne sposoby działania	67
3. Potrzeby klienta w sprzedaży na dużą skalę	71
Różne potrzeby w sprzedaży na małą i na dużą skalę	72
Jak rozwijają się potrzeby?	74
Potrzeby jawne i ukryte	75
Sygnały zakupu w sprzedaży na dużą skalę	82
4. Strategia SPIN	85
Pytania sytuacyjne	85
Pytania problemowe	88
Pytania implikacyjne	92
Pytania naprowadzające	100
Różnica między pytaniami implikacyjnymi a naprowadzającymi	110
Pytania otwarte i zamknięte raz jeszcze	112
Model SPIN	113
Jak zadawać pytania SPIN?	116

5. Prezentowanie korzyści w sprzedaży na dużą skalę	121
Cechy i korzyści: klasyczne sposoby prezentowania możliwości	121
Wpływ cech, zalet i korzyści na proces sprzedaży	130
Sprzedawanie nowych produktów	135
Efektywne prezentowanie możliwości	139
6. Zapobieganie zastrzeżeniom	141
Cechy a wątpliwości co do ceny	144
Zalety a zastrzeżenia	148
Korzyści a wsparcie/aprobata	158
7. Faza wstępna – otwarcie rozmowy	163
Pierwsze wrażenie	164
Otwarcia konwencjonalne	165
Schemat otwierania rozmów	171
8. Zastosowanie teorii w praktyce	175
Cztery złote zasady uczenia się nowych umiejętności	176
Podsumowanie faz rozmowy handlowej	182
Strategia przyswajania zachowań SPIN	184
Słowo końcowe	188
Dodatek A Ocena modelu SPIN	191
Korelacje i przyczyny	193
Czy jakikolwiek dowód jest w ogóle możliwy?	199
Próby obalenia modelu SPIN	202
Na scenę wkracza Motorola	206
Nowa procedura oceny	214
W poszukiwaniu efektu Hawthorne	217
Ostatnie uwagi	219
Dodatek B Test nastawienia do zamykania	221
Policz punkty	224
Co oznacza twój wynik?	224
O autorze	227