

SPIS TREŚCI

1. Odchodząc od modelu transakcyjnego	9
2. Sprzedawanie śniegu Eskimosom	21
3. Najpierw relacja	31
4. Burząc mit o sprzedawaniu korzyści	49
5. Zapomnij o korzyściach – pora na mapy problemów	65
6. Dlaczego unikalna propozycja sprzedaży powstrzymuje twoją sprzedaż	85
7. Emocjonalny punkt sprzedaży i dostarczanie wartości	95
8. Budujemy rurociąg	109
9. Drogi do rynku	125
10. Przekaż władzę klientowi	139
11. Zrozumieć nabywcę	153
12. Zadajemy pytania – stawiamy diagnozę	169
13. Kiedy przyjdzie czas, żeby zacząć mówić	199

14. Obawy i obiekcje	211
15. Tradycyjnie nazywa się to finalizacją.....	225
16. Następny krok – kontynuacja relacji.....	239
Epilog	249
Indeks	255