

SPIS TREŚCI

Przedmowa	19
Wstęp: Ale przecież mam tylko cztery minuty!	25
Rozdział 1	
JAK ZARZĄDZAĆ CZASEM: Kontrola rozpędu	41
W telesprzedaży liczy się c z a s	43
Mniej czasu na sprzedaż	44
Mniej kontroli nad możliwością dysponowania własnym czasem	44
Witajcie w świecie przeciążenia spod znaku Sprzedaży 2.0	45
Mniejsza ilość czasu prowadzi do większego paraliżu	47
Paraliż w zakresie działań telefonicznych	48
Paraliż w zakresie korespondencji elektronicznej	48
Paraliż w zakresie wartościowego przekazu	49
Paraliż w zakresie zarządzania <i>leadami</i>	49
Paraliż w zakresie kwalifikowania	49
Paraliż w zakresie stosowanych narzędzi	50
Paraliż w zakresie priorytetów	50
Paraliż w zakresie władzy	51
Paraliż w zakresie systemu dopływu kontaktów i ich postępu	51
Paraliż w zakresie planowania	52
Bądź proaktywny w reaktywnym świecie	53

Dwa rodzaje rozpędu: proaktywny i reaktywny	53
Jesteś osobą reaktywną czy proaktywną?	54
Nabierz rozpędu	56
Odzyskaj umiejętność nadawania priorytetów:	
naucz się odmawiać	57
Odzyskaj umiejętność planowania	59
Odzyskaj kontrolę nad telefonem: ustal	
nieodwoływalne godziny intensywnego	
telefonowania	62
Odzyskaj kontrolę nad pocztą elektroniczną:	
przygotuj bibliotekę szablonów wiadomości	63
Odzyskaj kontrolę nad przekazywaniem wiadomości:	
Wyznacz cel rozmowy i uzyskaj zaangażowanie	64
Odzyskaj kontrolę nad narzędziami	66
Odzyskaj kontrolę nad <i>pipeline'm</i>	67
Odzyskaj kontrolę nad kwalifikowaniem <i>leadów</i> : niech	
szybciej przesuwają się przez komin sprzedaży	68
Techniki telefonowania a zarządzanie czasem	68
Strategie zarządzania czasem	74

Rozdział 2

JAK SIĘ PRZEDSTAWIAĆ: Sprzedaż w zająwkach	77
Przedstawianie się jest twoją chwilą prawdy	78
Wycofany klient spod znaku Sprzedaży 2.0: Sprzedaż	
na rynku stroniącym od ryzyka	79
Dzwonienie „na zimno”: jeszcze żywe czy już	
martwe?	81
Dzwonienie „na zimno” działa – jeśli robisz to dobrze	81
Żadnych wykrętów od pracy domowej	84
Nowe podejście do przedstawiania się w realiach	
Sprzedaży 2.0	85
Rozmowa telefoniczna na żywo	86
Zasada wielokrotnego kontaktu	89

Duet Dynamiczny: poczta głosowa + poczta elektroniczna	91
Przejmij kontrolę nad pocztą elektroniczną	93
Dobry temat wiadomości generuje odpowiedź	94
Dobre wiadomości poczty elektronicznej trafiają w sedno i dostarczają tego, czego potencjalny klient potrzebuje	98
Strategie związane z przedstawianiem się	109

Rozdział 3

JAK NAWIGOWAĆ: Unikanie Bezów	111
Nawigowanie w drodze do prawdziwego interesu	113
Podstawy nawigowania	114
Zasadnicze elementy nawigowania	115
Jak działa władza w środowisku Sprzedaży 2.0	116
Władza jest niewidoczna	116
Władza się przemieszcza	117
Władza się ukrywa	117
Trzymaj się z dala od Strefy Bezów!	118
Jak dostrzec Beza	119
Jak zidentyfikować Beza – dziesięć czerwonych flag ostrzegawczych	120
Jak nawigować wokół Bezów za pomocą reguły 2×2 i schematu organizacyjnego	121
Jak wywąchać Beza	123
Dlaczego kochamy naszych Bezów	127
Kiedy zbyt długo tkwisz w kontaktach z Bezem	128
Kiedy Bez musi chronić swoje podwórko	129
Strzeż się świty Beza	129
Pożegnanie z Bezem	130
Obejdz Beza i zwróć się do osoby z kompetencjami zakupu	132
Strategie nawigowania	136

Rozdział 4

JAK ZADAWAĆ PYTANIA: Budowanie zaufania,

jedno pytanie na raz 139

Pytania odkrywają potrzeby, kwalifikują *lead*y

i kontrolują przebieg rozmowy 140

W Sprzedaży 2.0 chodzi o istotę i treść 142

Jakość a ilość: Na czym polega różnica? 145

Nie stać cię już dłużej na marnowanie telefonów 146

Cztery komponenty zadawania pytań 147

Strategia i planowanie: Inteligentne i skuteczne kryteria

kwalifikowania sprzedaży 148

Bieżące środowisko 149

Potrzeby biznesowe 150

Proces decyzyjny 151

Kryteria podejmowania decyzji 151

Konkurencja 152

Ramy czasowe 153

Budżet 153

Kolejne kroki 154

Formułowanie pytań 154

Styl: To sposób, w jaki zadajesz pytania 155

Złe style zadawania pytań 156

Dobre style zadawania pytań 158

Porządek zadawania pytań: taniec z pytaniami 159

Strategie zadawania pytań 163

Rozdział 5

JAK SŁUCHAĆ: Pożegnanie z założeniami 165

W słuchaniu chodzi o prawdę 166

Słuchanie w realiach Sprzedaży 2.0: Teraz cię nie słyszę .. 167

Dlaczego klienci czasem cię nie słyszą 169

Dlaczego sprzedawcy przestali słuchać 169

Model słuchania uległ zmianie	171
Zapomnij o utopii autosprzedaży	172
Ograniczenia związane ze słuchaniem	174
Jak odkrywać to, co boli	175
Jak słuchać aktywnie	178
Parafrazowanie	178
Pytania precyzujące	181
Jak stosować audiowskazówki	183
Jak słuchać bez założeń	183
Intuicja sprzedawcy	184
Jak oswoić się z pauzą i milczeniem	184
Notowanie to uchwycenie informacji	185
Jesteś tylko tak dobry, jak twoje notatki	187
Jak integrować informacje	188
Strategie słuchania	192

Rozdział 6

JAK OSIĄGAĆ POWIĄZANIA: Sprzedawanie tym,	
którzy naprawdę mogą kupić	193
Osiąganie powiązań łączy cię z decydentami	
na najwyższym poziomie	194
Dlaczego przedstawiciele handlowi nie dzwonią	
do „góry”	195
Poznaj umiejętności osiągnięcia powiązań, które	
przynoszą sukces w rozmowach telefonicznych	
na wysokim szczeblu	196
Sprzedaż 2.0 spowodowała redefinicję władzy	197
Kompetencje kontra wpływy	198
Sprzymierz się z wpływami	199
Jak dostrzec osoby z kompetencjami zakupu	200
Wykorzystaj schemat organizacyjny, by znaleźć	
ukrytą władzę	201

Rozpoznawanie osób z kompetencjami zakupu w trakcie rozmowy telefonicznej	206
Nawiązywanie kontaktów z wpływowymi asystentami zarządu	207
Jak rozmawiać	208
Zaproszony czy pożegnany?	209
Jak dostrzegać osoby z kompetencjami zakupu w trakcie całego procesu sprzedaży	211
Początek cyklu sprzedaży: są szybcy i podejmują działanie	211
Środkowa część cyklu sprzedaży: przekażą cię w ręce swojego zespołu	213
Koniec cyklu sprzedaży: dotrzymują zobowiązań	213
Dostęp przyznany! I co teraz?	214
Żyj i oddychaj ich światem	214
Schemat organizacyjny – twoja lista przebojów	215
Wnieś swój wkład do rozliczenia najwyższych władz ..	217
Naucz się rozmawiać, uwzględniając poziom „ból” ...	218
Przyznaj sobie prawo dostępu: zasługujesz na to, by rozmawiać z głównymi graczami!	220
Gra o władzę	221
Odzyskaj swoją moc – teraz!	222
Strategie osiągania powiązań	225

Rozdział 7

JAK PREZENTOWAĆ: Kurtyna w górę!	227
Potraktuj prezentacje poważnie	229
To Sprzedaż 2.0: Mam tylko cztery minuty!	231
Trzymaj tę pozę	232
Dlaczego twoi potencjalni klienci się wycofują	232
Zrozum proces	234
Wybierz odpowiedni rodzaj prezentacji	236

Webinarium	237
Pokaz techniczny i ewaluacja	238
Prezentacja biznesowa	239
Prezentacja biznesowa dotycząca weryfikacji koncepcji/zwrotu z inwestycji	240
Wiedz, kto trzyma ster	240
Poznaj bliżej członków komisji	241
Zarządzaj logistyką	241
Nie pozwól, by technologia podłożyła ci nogę	242
Prowadząc prezentację, bądź obecny w 100 procentach ...	243
Zasady	243
Przemyśl treść	249
Przedstaw propozycję wartości	249
Co to jest zysk z inwestycji?	251
Jaką macie przewagę konkurencyjną?	252
Strategie prezentowania	254

Rozdział 8

JAK SOBIE RADZIĆ Z ZASTRZEŻENIAMI: Dawać

mi je tu!	257
Brutalna prawda o zastrzeżeniach	258
Popłyn na fali przyboju zastrzeżeń w środowisku Sprzedaży 2.0	261
W jaki sposób sprzedawcy tworzą zastrzeżenia	262
Brak umiejętności sprzedażowych	263
Niekorzystne postrzeganie samego siebie	264
Negatywny monolog wewnętrzny	264
Strach przed odmową	265
Wpadanie w pułapki motywacyjne	266
Dlaczego klienci stawiają zastrzeżenia	268
Rodzaje zastrzeżeń	269
Kiedy klient nie daje znaku życia.....	270

Pięć kategorii zastrzeżeń	271
Potrzeba	272
Relacje	273
Władza	274
Produkt/Usługa	275
Cena	275
Zastrzeżenia w poczcie elektronicznej	278
Złap za słuchawkę	279
Strategie radzenia sobie z zastrzeżeniami	288

Rozdział 9

JAK FINALIZOWAĆ: Złożona droga do uzyskania

wiążącego zaangażowania	291
Finalizowanie oznacza mistrzowskie opanowanie procesu	
sprzedaży	293
Sprzedaż 2.0: złożony finał	294
Opanuj umiejętności sprzedażowe	295
Zarządzanie czasem	296
Przedstawianie się	296
Nawigowanie	297
Zadawanie pytań	298
Słuchanie	298
Osiąganie powiązań	299
Prezentowanie	299
Radzenie sobie z zastrzeżeniami	299
Partnerstwo	300
Zbuduj porządną komin sprzedaży	300
Jak działa komin	300
Komin sprzedaży 101	301
Dobre nawyki związane z kominem sprzedaży	
wprawiają w ruch twój <i>pipeline</i>	304
Opanuj proces sprzedaży: klucz do dokładnego	
prognozowania	306

Sześć etapów procesu sprzedaży	307
Zrozum porządek zakupów swojego klienta	312
Uzgodnij swój proces sprzedaży z procesem zakupu potencjalnego klienta	312
Porzuć „zadowolone ucho” i słuchaj prawdy	313
Poszukaj wydarzenia, które przymusza do działania ...	315
Odsuń na bok cenę i mów o wartości	316
Pamiętaj, że klienci nie zawsze kierują się ceną	316
Wycwicz mięśnie odpowiadające za pewność siebie	318
Strategie związane z finalizowaniem transakcji	321

Rozdział 10

JAK TWORZYĆ PARTNERSTWO: Świadoma

współpraca	323
Sprzedaż 2.0: Technologia umożliwia współpracę	325
Sekrety zbudowania dobrego partnerstwa telesprzedaży i sprzedaży terenowej	327
W jaki sposób można skazać wewnętrzne działy sprzedaży na porażkę	328
Najlepsza struktura efektywnych zespołów złożonych z przedstawicieli terenowych i wewnętrznych	331
Zacznijcie pełną parą	334
Komunikujcie się	334
Sporządźcie spis inwentaryzacyjny stylu pracy	336
Podzielcie się planem terytorialnym	337
Ustalcie porozumienie	337
Strategiczne sojusze i partnerstwa	340
Charakterystyka dobrego sojuszu lub partnerstwa	340
Znajdowanie partnerów sojuszu o wielkim potencjale	341
Przyłącz się do rozmowy	342
Strategie tworzenia partnerstwa	346

Epilog	348
--------------	-----

