

Obsah

O autorovi	7
Předmluva	8
Předmluva k druhému vydání	9

ČÁST I.

ZÁKLADY ZÍSKÁVÁNÍ ZÁKAZNÍKŮ	11
1. Získávání zákazníků a trh	13
2. „Nový prodejce“	15
3. Oslovování zákazníků	19
4. Fáze akvizičního procesu	27
5. Sledování nabídky	29
6. Faktory úspěchu systematické akvizice	31

ČÁST II.

DOPISY, DIRECT MAILING A E-MAILY	37
7. Získávání nových zákazníků dopisem	39
8. Funkční plánování	41
9. Forma a obsah	45
10. Kontrola úspěchu	57

ČÁST III.

PROFESIONÁLNÍ TELEFONOVÁNÍ	63
11. Telefon: důležitý komunikační prostředek	65
12. Příprava telefonátu	69
13. Zahájení rozhovoru	77
14. Když zavolají vám	81
15. Důraz a výslovnost	85
16. Komplikování partneri	87
17. Pravidla používání mobilního telefonu pro akviziční rozhovory	89
18. Zpracování telefonátů	93

ČÁST IV.

AKVIZIČNÍ ROZHOVOR	97
19. Zákazníkovi tváří v tvář	99
20. Příprava rozhovoru	103
21. Fáze rozhovoru	109
22. Následné zpracování	139
23. Dva příklady prodejních rozhovorů	143
Závěr	152