

Оглавление

Введение в искусство продаж	6
Глава 1. Почему клиент покупает	11
Глава 2. Цели в переговорах: с чего начать подготовку	22
Глава 3. Установление контакта	32
Глава 4. Психологические типы клиентов	42
Глава 5. Выяснение потребностей	63
Глава 6. Формирование потребностей. Технология продаж СПИН	74
Глава 7. Презентация и аргументация	92
Глава 8. Работа с возражениями	103
Глава 9. Заключение сделки	113
Глава 10. Урегулирование претензий и конфликтов	126
Глава 11. Работа с дебиторской задолженностью	136
Глава 12. Методы активизации продаж	160
Глава 13. Уловки в продажах	172
Глава 14. Правила торга по цене	178
Приложения	189