

Spis treści

Od autorów

I. Przygotowanie

- 1.1. Nie samą sprzedażą
- 1.2. Zaplecze negocjatora
- 1.3. Pozycjonowanie
- 1.4. Sześć kroków kalkulacji ceny
- 1.5. Cechy produktu - korzyści klienta
- Podsumowanie

II. Strategie

- 2.1. Satysfakcja w negocjacjach
- 2.2. Cele i ich użyteczność
- 2.3. Sfera międzyludzka
- 2.4. Strategia współpracy
- 2.5. Strategia przełamywania oporów
- Podsumowanie

III. Taktyki

- 3.1. Perswazja - słowa i ludzie
- 3.2. Argumenty handlowe - "asy w rękawie"
- 3.3. Licytacja-umiejętność dokonywania ustępstw
- 3.4. Czas w negocjacjach
- 3.5. Manipulacje - czas, decyzje, fakty
- Podsumowanie

IV. Demaskowanie gier handlowych

- 4.1. Przeciwdziałanie grom handlowym
- 4.2. Kryptolicytacja
- 4.3. Wygrać za wszelką cenę
- 4.4. Rozmowa kontrolowana
- 4.5. Obrona przed presją i manipulacją - techniki asertywne
- Podsumowanie

V. Pozwól kupić

- 5.1. Prawa klienta - prawa sprzedającego
- 5.2. Psychologiczne typy klientów
- 5.3. Techniki wywierania wpływu w procesie sprzedaży

5.4. Typowe sytuacje
5.5. Rozmowy przez telefon
Podsumowanie

VI. Iluzje negocjacji

6.1.0 cenie mów na końcu?
6.2. Wszechobecna racjonalność?
6.3. Kto pierwszy ten lepszy?
6.4. Przerost formy nad treścią?
6.5. Przełamywanie iluzji - pomiar efektów pracy handlowca
Podsumowanie

VII. Techniki perswazyjne-wyniki badań

7.1. Rodzaje technik perswazyjnych - metodologia badań
7.2. Pomiędzy kijem a marchewką
7.3. Pomiędzy karą a nakazem
7.4. Pomiędzy oświadczeniem normatywnym, pozytywnym a samoprezentacją
7.5. Techniki perswazyjne Polaków na tle innych narodów
Podsumowanie

Zakończenie
Tablice dydaktyczne
O autorach
Literatura