

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. Εισαγωγή	6
2. Το στάδιο προετοιμασίας της πώλησης	8
2.1 Η προετοιμασία	9
2.2 Εντοπισμός υποψήφιου πελάτη. Δημιουργία αρχικής προσέγγισης	12
2.3 Η κάλυψη των αναγκών και οι λόγοι για τους οποίους αγοράζει ο υποψήφιος πελάτης	15
3. Το στάδιο κατά τη διαδικασία της πώλησης	18
3.1 Χρήσιμες συμβουλές στην παρουσίαση πωλήσεων	19
3.2 Τα βήματα στην παρουσίαση πωλήσεων	21
3.2.1. Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του προϊόντος προς πώληση	22
3.2.2. Τα πλεονεκτήματα του προϊόντος προς πώληση	24
3.2.3. Τα οφέλη του προϊόντος προς πώληση ..	26
3.3 Η διατύπωση των επιχειρημάτων πρέπει να ακολουθεί μια λογική σειρά	28
3.4 Η επίδειξη των προϊόντων	29
3.4.1. Η τεχνική της επίδειξης προϊόντων	30
3.4.2. Οι ζωντανές εικόνες	32

3.5	Οι αντιρρήσεις κατά τη διαδικασία της πώλησης . . .	33
3.5.1.	Στρατηγική μεθοδολογία πριν να προχωρήσει ο πωλητής στο χειρισμό μιας αντίρρησης	35
3.5.2.	Περί ερωτήσεων	49
3.6	Οι τρεις κύριες τεχνικές χειρισμού των αντιρρήσεων	52
3.6.1.	Η τεχνική της επανάληψης της αντίρρησης από τον πωλητή και της μετατροπής της σε ερώτηση	54
3.6.2.	Η τεχνική της έμμεσης άρνησης	59
3.6.3.	Η τεχνική “boomerang”	60
3.6.4.	Η τεχνική της αξιοποίησης των θετικών εμπειριών “τρίτων” από τη χρήση του προϊόντος	63
3.7	Το κλείσιμο της πώλησης	63
3.7.1.	Παράγοντες που συντελούν στην επιτυχή έκβαση μιας εμπορικής συναλλαγής . . .	67
3.7.2.	Στοιχεία που επηρεάζουν αρνητικά το “κλείσιμο” μιας πώλησης	70
3.7.3.	Τεχνικές και αντίστοιχες εκφράσεις “κλεισίματος” της πώλησης	73
4.	Το στάδιο μετά το κλείσιμο της πώλησης	83
4.1	Τι πρέπει να γίνει για να υπάρχουν ικανοποιημένοι πελάτες;	85