

## Co zawiera e-book:

<b>1</b>	<b>PRZEPIS NA SUKCES W UMAWIANIU SPOTKAŃ.....</b>	<b>5</b>
1.1	Sprawdź swój język.....	5
1.2	Systematycznie analizuj skuteczność.....	6
1.3	Określ dokładnie, co chcesz zrobić w rozmowie.....	7
<b>2</b>	<b>WYBIERZ WŁAŚCIWĄ STRATEGIĘ UMAWIANIA SPOTKAŃ.....</b>	<b>8</b>
2.1	Pierwsza strategia: umawianie spotkania bez prezentacji oferty.....	8
2.2	Strategia druga: umawianie spotkania z wstępną prezentacją oferty.....	10
<b>3</b>	<b>NAJCZĘŚCIEJ POPEŁNIANE BŁĘDY.....</b>	<b>15</b>
3.1	Rozmowa z pracownikiem banku.....	15
3.2	Rozmowa z pracownikiem szkoły językowej.....	16
3.3	Rozmowa z pracownikiem drukarni.....	17
<b>4</b>	<b>PRZYGOTUJ SUKCES ZANIM ZADZWONISZ.....</b>	<b>18</b>
4.1	Wejdź w świat klienta.....	18
4.2	Przygotuj skuteczną sprzedażową komunikację.....	19
<b>5</b>	<b>STWÓRZ MOCNY POCZĄTEK ROZMOWY.....</b>	<b>20</b>
5.1	Odwołaj się do kluczowej korzyści.....	20
5.2	Nawiąż do roli klienta.....	21
5.3	Powiedz hasło reklamowe.....	22
5.4	Zacznij gdybać.....	22
<b>6</b>	<b>WZBUDŹ POTRZEBĘ SPOTKANIA.....</b>	<b>24</b>
6.1	Zadaj „magiczne pytanie”.....	24
6.2	Zasygnalizuj wartość oferty.....	25
<b>7</b>	<b>POKONAJ OBJEKCJE PRZED SPOTKANIEM.....</b>	<b>27</b>
7.1	Powody obiekcji w umawianiu spotkań.....	27
7.2	3 sprawdzone techniki radzenia sobie z obiekcjami.....	27
<b>8</b>	<b>USTAL TERMIN SPOTKANIA.....</b>	<b>31</b>
8.1	Płynnie przejdź w ustalenia terminu.....	31
8.2	Koniecznie pamiętaj o fizycznym działaniu.....	31
<b>9</b>	<b>GOTOWE SCENARIUSZE UMAWIANIA SPOTKAŃ.....</b>	<b>33</b>
9.1	Przykładowy scenariusz dla branży energetycznej według pierwszej strategii.....	33
9.2	Przykładowy scenariusz dla branży poligraficznej według pierwszej strategii.....	34
9.3	Przykładowy scenariusz dla branży bankowości według drugiej strategii.....	35
9.4	Przykładowy scenariusz dla branży reklamowej według drugiej strategii.....	36
<b>10</b>	<b>NARZĘDZIA SPRZEDAŻOWE – SZABLONY DO DRUKU.....</b>	<b>37</b>
10.1	Szablon 1 – Umawianie spotkania według 1 strategii.....	37
10.2	Szablon 2 – Umawianie spotkania według 2 strategii.....	38
10.3	Szablon tworzenia mocnego „zdania za milion”.....	39
10.4	Szablon do rozpracowania spodziewanych obiekcji klientów.....	40