

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος	11
1. Εξομολογήσεις ενός πωλητή	13
2. Πωλήσεις: Μια διαρκής προσπάθεια για διαφοροποίηση και ανάδειξη	17
3. Οκτώ (8) τρόποι για να «κερδίσετε» τη συμπάθεια των άλλων	21
4. Η αξιοποίηση του φυσικού «οπλοστασίου» του πωλητή	25
5. Συνεργάτες Πωλήσεων και «ηθικόν ακμαίον»	29
6. Η αξιοπιστία χρειάζεται συνεχή προσπάθεια και επαγρύπνηση	33
7. Η διαφορά μεταξύ του «τι κάνει» και «τι πρέπει να κάνει» ένας πωλητής είναι καθοριστική	37
8. Η τακτική της αντιστροφής, προάγγελος της πώλησης.	43
9. Η ανατομία της αγοράς, η ασφαλέστερη επενδυτική απόφαση	47
10. Ένα μυστικό επιτυχίας στις πωλήσεις	51
11. Βασικοί τύποι πελατών και τρόπος αντιμετώπισης	55
12. Ανάπτυξη δεξιοτήτων πωλήσεων σημαίνει επιτυχία στις πωλήσεις	63
13. Τυποποιημένη ή ελεύθερη παρουσίαση;	67
14. Τα πέντε (5) σκαλοπάτια των πωλήσεων	71
15. Δίσκος πωλήσεων	79
16. Unique Selling Proposition (USP) – Μοναδική πρόταση πώλησης	83
17. Ο τόνος της φωνής προσδιοριστικός παράγοντας επιτυχίας στην πώληση	87
18. Αρνητικές και θετικές εκφράσεις	93
19. Δημιουργικότητα στον τομέα των πωλήσεων	99
20. 40 χρυσές λέξεις για αποτελεσματικές πωλήσεις	103
21. Ο ικανοποιημένος πελάτης αποτελεί σταθερή αξία για την επιχείρηση	107

22.	Το ιδανικό μοντέλο εξυπηρέτησης πελατών	113
23.	Οδηγίες προς τον επαγγελματία πωλητή	121
24.	Ένα ακόμη μυστικό της επιτυχίας: «Πείτε αυτό που θέλετε να πείτε όπως θέλουν να το ακούσουν οι άλλοι!»	125
25.	Εναλλακτικές εκφράσεις-κλειδιά επηρεασμού που πουλάνε!	129
26.	Πρακτικές υποδείξεις της τελευταίας «ώρας» για πωλητές	133
27.	Δέκα (10) βασικές συμβουλές για να μη χάνετε πωλήσεις	137
28.	Ειδικές επισημάνσεις για έμπειρους πωλητές	141
29.	«Ευκαιρία πωλήσεων» και επιβεβαιωμένη πρόθεση αγοράς	145
30.	Προσδιοριστικοί παράγοντες επιτυχίας στις πωλήσεις	149
31.	Πώς αυξάνονται οι πιθανότητες επιτυχίας στην πώληση;	153
32.	Βασικά στοιχεία για αύξηση της κερδοφορίας πωλήσεων	159
33.	Το ψυχογράφημα του μη ικανού Μάνατζερ Πωλήσεων	163
34.	Ποιες είναι όμως οι πραγματικά δημιουργικές ημέρες απασχόλησης στις πωλήσεις;	173
35.	Χρονοδιαχείριση «κλεισίματος» μιας πράξης πώλησης	177
36.	Τα 13 έξυπνα και σπουδαία μυστικά «πριν» το κλείσιμο, που οδηγούν όμως με ασφάλεια στο κλείσιμο μιας πώλησης	181
37.	Η συζήτηση για το forecasting των πωλήσεων	187
38.	Διαφοροποίηση εννοιών με σημασία	191
39.	Τρεις στρατηγικές προς «παραδειγματισμό».	195
40.	Αυτή είναι η πώληση του μέλλοντος!	199
41.	Λιανεμπόριο και Βιομηχανία, μια νέα ισορροπία δυνάμεων	203
42.	Η φιλοσοφία των Convenience Stores στον ευρύτερο κλάδο του Λιανεμπορίου. Ανάλυση χαρακτηριστικών – πλεονεκτημάτων	209
43.	Μια νέα τάση: Η δυναμική εμφάνιση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας	215
44.	Στρατηγικές Push και Pull στο Λιανεμπόριο	221

Μελέτες περίπτωσης

45.	Μελέτη περίπτωσης ν.1: Στάδια διαδικασίας απευθείας πώλησης καλλυντικών προϊόντων περιποίησης προσώπου και σώματος με την επωνυμία «INTERCOSMETICS»	225
46.	Μελέτη περίπτωσης ν.2: Στάδια διαδικασίας πώλησης υπηρεσιών αισθητικής και αδυνατίσματος από την Εταιρεία ABC	233
47.	Μελέτη περίπτωσης ν.3: 1. Παρουσίαση προφίλ ελληνικής εταιρείας EVA Nails & Beauty	241

2. Ανάλυση χαρακτηριστικών, πλεονεκτημάτων-ωφελειών των βασικών προϊόντων της εταιρίας	245
48. Μελέτη περίπτωσης ν.4:	
1. Παρουσίαση της ελληνικής εταιρίας ΜΑΝΤΕΛ ΠΡΟΦΙΛ ΕΛΛΑΣ ΑΒΕΕ	251
2. Ανάλυση χαρακτηριστικών, πλεονεκτημάτων των βασικών προϊόντων	255
49. Μελέτη περίπτωσης ν.5:	
1. Παρουσίαση της ελληνικής εταιρίας ΜΗΚΟΣ Α.Ε.	257
2. Ανάλυση χαρακτηριστικών, πλεονεκτημάτων και λόγων αγοράς των βασικών προϊόντων της εταιρίας	263
3. Βασικοί άξονες στρατηγικής φιλοσοφίας της εταιρίας υπό μορφή Key-Points	266
<i>Βιβλιογραφία</i>	268