

# Sisällys

<b>Esipuhe</b> .....	<b>7</b>
<b>1 Kaavoja ja teorioita</b> .....	<b>13</b>
<b>2 Motivaatio</b> .....	<b>21</b>
2.1 Näin toivot torjuvista vastauksista .....	24
2.2 Oikealla asenteella onnistut .....	29
<b>3 Myynnin syntejä</b> .....	<b>33</b>
3.1 Yleisimpiä virheitä myyntityössä .....	35
<b>4 Johdatus myynnin portaisiin</b> .....	<b>39</b>
<b>5 Myynnin portaat</b> .....	<b>57</b>
5.1 Aloitus .....	60
5.2 Silta .....	63
5.3 Kartoitus .....	65
5.4 Tuote-esittely .....	68
5.5 Tarjous .....	73
5.6 Kertaus .....	78
<b>6 Asiakkaan hurmaaminen äänellä</b> .....	<b>81</b>
6.1 Tärkeimmät seikat äänenkäytössä .....	83
6.2 Sosiaaliset tyyliä .....	86
<b>7 Ääni myynnin välineenä</b> <b>– telemarkkinointi</b> .....	<b>91</b>
7.1 Telemarkkinointi markkinointi- kokonaisuuden osana .....	95
7.2 Telemarkkinointi myynnin pääasiallisena välineenä .....	96
7.3 Telemarkkinoinnin edut .....	100
7.4 Milloin telemarkkinointi on tuloksellista? ...	102

<b>8</b>	<b>Mistä myyntitulos syntyy? . . . . .</b>	<b>105</b>
8.1	Määrä . . . . .	106
8.2	Laatu . . . . .	107
8.3	Suuntaus . . . . .	107
8.4	Kontaktien määrä . . . . .	108
8.5	Hyvä myyjä . . . . .	110
8.6	Millaiselta myyjältä ostetaan? . . . . .	113
<b>9</b>	<b>Vastaväitteet . . . . .</b>	<b>119</b>
9.1	Miksi asiakas esittää vastaväitteitä? . . . . .	120
9.2	Vastaväitteiden käsittely . . . . .	122
9.3	Onko asiakas aina oikeassa? . . . . .	127
<b>10</b>	<b>Myyntitapahtuman suunnittelu . . . . .</b>	<b>129</b>
10.1	Myyntipuhe . . . . .	130
10.2	Onnistuminen uusintakaupoissa . . . . .	132
<b>11</b>	<b>Kymmenen vakavasti otettavaa ohjetta myyntityöhön . . . . .</b>	<b>135</b>
	Kiitokset . . . . .	141
	Kirjoittajan neuvot toimivat . . . . .	143
	Lähteet . . . . .	154