

Spis treści

Przedmowa

CZĘŚĆ I Podstawa

Rozdział 1.	I nagle wszystko się zmieniło	15
Rozdział 2.	Czy sprzedaż twarzą w twarz odeszła w niepamięć?	19
Rozdział 3.	Potrzeba jest matką sprzedaży wirtualnej	25
Rozdział 4.	Sprzedaż wirtualna — definicja i kanały komunikacji	31
Rozdział 5.	Sprzedawca asynchroniczny	37
Rozdział 6.	Łączenie	41

CZĘŚĆ II

Dyscyplina emocjonalna 47

Rozdział 7.	Cztery poziomy inteligencji sprzedażowej	49
Rozdział 8.	Emocje mają znaczenie	57
Rozdział 9.	Opanowana, asertywna pewność siebie	61
Rozdział 10.	Głęboka wrażliwość	63

CZĘŚĆ III

Wideorozmowy handlowe 71

Rozdział 11.	Wideorozmowy — prawie jakbyś tam był	73
Rozdział 12.	Łączenie wideorozmów z procesami sprzedaży i zarządzania klientem	79
Rozdział 13.	Pułapki umysłowe	89
Rozdział 14.	Siedem technicznych aspektów skutecznych wideorozmów handlowych	95
Rozdział 15.	Pięć ludzkich aspektów skutecznych wideorozmów handlowych	109
Rozdział 16.	Wirtualne prezentacje i demonstracje	139
Rozdział 17.	Przygotowanie do wystąpienia	153
Rozdział 18.	Wiadomości wideo	167

CZĘŚĆ IV

Rozmowy telefoniczne 185

Rozdział 19.	Sięgnij po ten cholerny telefon	187
Rozdział 20.	Prospekcja telefoniczna	197
Rozdział 21.	Pięcioetapowy schemat prospekcji telefonicznej	205

Rozdział 22.	Formułowanie skutecznych propozycji	217
Rozdział 23.	Radzenie sobie z odmową podczas prospekcji telefonicznej	227
Rozdział 24.	Nagrywanie skutecznych wiadomości głosowych	239

CZĘŚĆ V

Wiadomości SMS, poczta elektroniczna, wiadomości bezpośrednie i czaty	253
--	------------

Rozdział 25.	Włączanie SMS-ów w zarządzanie klientami i komunikację handlową	255
Rozdział 26.	Wiadomości SMS w prospekcji	261
Rozdział 27.	Poczta elektroniczna — podstawy	269
Rozdział 28.	Cztery fundamentalne zasady prospekcji e-mailowej	281
Rozdział 29.	Czterostapowy schemat e-maila prospekcyjnego	297
Rozdział 30.	Wiadomości bezpośrednie	309
Rozdział 31.	Czat na stronie internetowej	315

CZĘŚĆ VI

Media społecznościowe	337
------------------------------	------------

Rozdział 32.	Media społecznościowe jako niezbędny fundament sprzedaży wirtualnej	339
Rozdział 33.	Prawo znajomości i pięć C sprzedaży społecznościowej	345
Rozdział 34.	Marka osobista	361

CZĘŚĆ VII

Sprzedaż wirtualna to wciąż sprzedaż 371

Rozdział 35. Cała prawda o sztuczkach Jedi 373

Rozdział 36. Sprzedawanie niewidocznych ciężarówek 383

Przypisy 389

Podziękowania 397

Szkolenia, warsztaty i prezentacje 399

O autorze 403