

## INDICE

<b>Prefacio</b>	11
<b>Agradecimientos</b>	13
<b>Primera parte. Visión de conjunto</b>	15
<b>Capítulo 1. la filosofía de al venta no manipuladora</b>	17
La imagen del vendedor puerta a puerta	18
La formación adecuada	19
La formación apropiada	
La venta no manipuladora	21
El proceso de ventas de al NMS	22
La recogida de información	23
Capacidades potenciadoras del éxito de las ventas no manipuladoras	27
Resumen	30
Preguntas	31
<b>Segunda parte. Las técnicas de relación</b>	33
<b>Capítulo 2. El control de la tensión</b>	
Categorías de tensión	35
El control de la tensión y las relaciones	39
Resumen	45
Preguntas	46
<b>Capítulo 3. Las estrategias de relación</b>	49
Estilos de comportamiento	50
Identificar el estilo de comportamiento	66
La flexibilidad del comportamiento	69
En conclusión	
Resumen	76
Preguntas	80
<b>Capítulo 4. La imagen de la excelencia</b>	81
Las características de la excelencia	83
Resumen	97
Preguntas	99
<b>Tercera parte. Las técnicas de gestión de las ventas personales</b>	101
<b>Capítulo 5. La gestión del territorio</b>	
Primera parte: el análisis del territorio	103
El plan de marketing	104
El modelo de plan de ventas	105
La planificación de las ventas	108
Segunda parte: conozca lo que vale su tiempo	
Análisis de la cuenta	117
Tercera parte: objetivos y estrategias	
Las oportunidades y los problemas del territorio	126
Control	132
Resumen	135
Preguntas	138
<b>Capítulo 6. La búsqueda de clientes</b>	141
Rellenar la fuente de clientes	142
Calificar a los clientes	143
Sistemas exitosos	158

Resumen	
Problema	161
<b>Capítulo 7. Las estrategias promocionales</b>	163
La propaganda	166
Las promociones de ventas	167
Las relaciones publicas	168
Dar publicidad	170
Su estrategia promocional	173
Resumen	175
Preguntas	176
<b>Capítulo 8. La preparación de una visita de ventas</b>	177
Guía de planificación de la visista de ventas	179
Resumen	185
Preguntas	186
<b>Cuarta parte. Las técnicas de la ventano manipuladora</b>	187
<b>Capitulo 9. Reunirse con le cliente potencial</b>	189
Contactar con un cliente potencial	190
Resumen	205
Preguntas	207
<b>Capitulo 10. El estudio de las necesidades</b>	209
Establecer confianza	210
Evaluación des situación y objetivos	211
Organícese	212
Determinar las prioridades en la resolución de problemas	218
Resumen	219
Preguntas	220
<b>Capitulo 11. Proponer soluciones</b>	221
De nuevo, la confianza	
El proceso de proponer soluciones	222
La presentación	226
Resumen	238
Preguntas	241
<b>Capitulo 12. Confirmar la venta</b>	
Confirmar la venta, cerrar la venta	243
Saber tratar las objeciones	247
Confirmar la venta	254
Resumen	260
Preguntas	262
<b>Capitulo 13. Asegurar la satisfacción del cliente. El proceso de seguimiento</b>	263
Servir sus cuentas	264
Mantener la satisfacción del cliente	266
Expandiendo sus servicios	272
Resumen	273
Preguntas	274
<b>Quinta parte. Las técnicas de comunicación</b>	277
<b>Capitulo 14. El delicado arte de hacer preguntas</b>	279
Las estrategias para hacer preguntas	280
Tipos de preguntas	283

Usos estratégicos de las preguntas	285
Resumen	288
Preguntas	290
<b>Capítulo 15. El poder de escuchar</b>	291
Escuchar a diferentes niveles	292
Directrices para escuchar activamente	295
Algunos hábitos irritantes	300
Resumen	302
Preguntas	303
<b>Capítulo 16. Feedback</b>	305
Los tipos de feedback	306
Los usos efectivos del feedback	309
Resumen	312
Preguntas	313
<b>Capítulo 17. El lenguaje corporal</b>	315
Interpretar los gestos de lenguaje corporal	317
Un rasgo o un estado	321
Utilice también su lenguaje corporal	
Resumen	329
Preguntas	331
<b>Capítulo 18. La proximidad</b>	
Las zonas proxémicas	333
La proximidad psicológica	
La proximidad proxémica	335
Las categorías de proximidad	336
Resumen	337
Preguntas	338
<b>Capítulo 19. El uso efectivo de la voz</b>	341
La información transmitida por la calidad de la voz	342
Las cualidades de la voz y las emociones	344
Resumen	346
Preguntas	347
<b>Sexta parte. Las técnicas de autogestión</b>	349
<b>Capítulo 20. Su carrera de ventas y su vida</b>	351
La importancia de los objetivos	352
El desarrollo de las bases	355
Las presunciones y su efecto en el comportamiento	356
El pensamiento positivo	357
La confianza en si mismo	
Un modelo para el éxito	358
El filtro del concepto de uno mismo	359
El proceso de brainstorming, visualización, determinación de objetivos	360
La representación de un papel	366
La dieta equilibrada	367
Resumen	369
Preguntas	371
<b>Capítulo 21. La gestión del tiempo</b>	373
Eficacia o rendimiento	374
El registro del tiempo	375

Determinar prioridades	379
Los peligros del tiempo	383
La relajación y la reducción del estrés	387
Cambiar los malos hábitos	388
Resumen	389
Preguntas	391