

## INDICE

<b>1. Buscando el camino</b>	<b>9</b>
¿Por qué esta presentación por replantear las ventas?	11
<b>2. La calidad total de la venta</b>	<b>31</b>
Fabricar antes calidad	34
Los radicales acuden en auxilio	36
La fuerza de ventas de ayer	38
La CIM en las ventas: ¿Una lección mal aprendida?	40
Informando al personal de ventas	42
La calidad total de la venta	45
<b>3. Realizando la venta</b>	<b>49</b>
Trabas a la venta	50
Generación de precedentes	52
Cualificación de precedentes	56
Rastreo de los precedentes	59
Presentación de las ventas	61
Documentación de las ventas	63
Proponiendo una solución	66
Cerrando la venta	67
Colocar el pedido	68
Predicción de los ingresos	70
Formación en ventas	71
A caja de herramientas del vendedor	73
<b>4. El acelerado ritmo del cambio</b>	<b>77</b>
La formación	92
Redes	94
Gestión de documentos	95
Comunicaciones	97
Equipos de trabajo	99
<b>5. La realidad virtual</b>	<b>105</b>
El hardware	117
El software	120
La organización	124
<b>6. Estar al tanto</b>	<b>129</b>
La búsqueda interminable	129
La información es poder	133
Avalancha de información	138
Detrás de la información	142
Cerrando el círculo	145
<b>7. El marketing de la calidad total</b>	<b>147</b>
La causa perdida	149
Un mundo de abundancia	151
Oídos sordos	153
Reescribiendo las reglas	155
Rediseñando el embudo	159
Una voz dentro	161
<b>8. La venta virtual</b>	
Contando la historia	165

La venta virtual	173
Resolviendo el problema	175
La muerte del cierre	177
<b>9. Repesando la dirección de ventas</b>	181
Resolviendo la paradoja	182
Abogado del departamento de ventas	185
Fabricador de herramientas	188
Organizador de la fuerza de ventas	191
Vuelve el liderazgo	193
<b>10. La fuerza de ventas informada</b>	195
La venta virtual	204