

# Indeks haseł

Analiza sytuacji pod kątem sprzedaży  
Apel do emocji  
Apel do rozsądku  
Argument dotyczący osoby ad hominem  
Argument z autorytetu  
Argumentacja  
Argumentacja pod słuchaczy  
Autohandicap  
BATNA i cena brzegowa  
Bezlitosny partner  
Bezpieczeństwo  
Bezpośrednie zaprzeczenie zastrzeżeniu  
Bezwstydną sztuczka  
Brak potrzeby, nasycenie  
Brak uprawnień  
Budzenie umarłego  
Cele Rozmów  
Czwarte prawo perswazji - prawo potwierdzania oczekiwań  
Definicje Negocjacji  
Dobry zły policjant  
Dodawanie lub Optyk z Brooklynu  
Drugie prawo perswazji - prawo kontrastu  
Działania zwiększające korzyści indywidualne  
Działania zwiększające pulę wspólnych korzyści  
Dziewiąte prawo perswazji - prawo autorytetu  
Eskalacja  
Eskalacja żądań  
Etapy Procesu Sprzedaży  
Front Wschodni  
Groźby  
Imadło  
Indywidualna Strategia Działania  
Interakcja strategii działania Stron  
Interakcja Strategii Negocjacji  
Kluczowe cechy Negocjacji  
Kolejne Spotkanie Sprzedażowe  
Kompensowanie kwestionowanych rzeczy innymi elementami oferty  
Konformizm  
Korzyści finansowe poprzez zmniejszenie kapitału obrotowego  
Korzyści finansowe poprzez zwiększenie marży  
Korzyści finansowe poprzez zwiększenie produktywności  
Korzyści finansowe poprzez zwiększenie wydajności  
Kredens jest pusty lub Matka Hubbard  
Krojenie salami  
Kształtowanie relacji i postrzegania  
Kształtowanie relacji i postrzegania

Manipulacje  
Metoda Cech, Zalet, Korzyści  
Metoda detali (alternatywy, alternatywna)  
Metoda kanapki  
Metoda łagodna wezwania do zakupu  
Metoda multiplikacji  
Metoda na pieska  
Metoda na promocję  
Metoda obietnicy  
Metoda odsunięcia  
Metoda ograniczonej podaży  
Metoda przyjmowania za oczywiste  
Metoda referencji  
Metoda relatywizowania (dobra do podnoszenia cen)  
Metoda różnicowania  
Metoda wprost wezwania do zakupu  
Metoda załóżmy, że (drobniejsze rozstrzygnięcia)  
Nadanie zastrzeżeniu formy pytania  
Najczęstsze błędy  
Najważniejsze trendy zakupowe w najbliższych latach  
Nastawienie w negocjacjach  
Nawiązanie Kontaktu i Sprzedaż przez Telefon  
Negocjacje  
Negocjacje dystrybucyjne  
Negocjacje i finalizacja Procesu Sprzedaży  
Negocjacje integracyjne  
Nie broń ceny! Po prostu objaśnij ją i sprzedawaj korzyści!  
Nie dopuszczać dokładnych przesłanek przewidując wniosek  
Nieusuwalne sprzeczności procesu sprzedaży  
Niezdecydowany Sprzedawca lub Kupiec  
Obietnice  
Obszar Możliwego Porozumienia  
Oczekiwane warunki sprzedaży  
Oczekiwane zachowania strony  
Odkładanie na bok  
Odłożenie zastrzeżenia na później  
Odpieranie zarzutów metodą masła roślinnego  
Odwracanie uwagi  
Odwrócenie kota ogonem  
Okazywanie zaskoczenia  
Opór natury emocjonalnej  
Opór przed oceną i kosztami  
Opór przed zmianą  
Opór z powodu złych doświadczeń  
Optymalny proces sprzedaży  
Oskubywanie  
Otwarcie negocjacji  
Ósme prawo perswazji - prawo konformizmu lub zasada dowodu społecznego  
Perswazja i wywieranie wpływu

Piąte prawo perswazji - efekt aureoli lub prawo pozytywnych skojarzeń  
Pierwsze prawo perswazji - zasada wzajemności  
Pierwsze Spotkanie Sprzedażowe  
Pięcioetapowa Technika Sprzedaży  
Planowanie Negocjacji  
Podnoszenie wartości drugiej strony  
Podział i wymiana  
Połączenie metody załóżmy, że z metodą detali -  
Pominięcie zastrzeżenia  
Poproś o dokonanie zamówienia  
Pośrednie zaprzeczenie zastrzeżeniu  
Potrzeba Dokonania Zakupu  
Powody, dlaczego Kupiec uważa dotychczasowego dostawcę za najlepszego  
Pranie mózgu  
Prestiż  
Proces Negocjacji  
Prośenie o coś w zamian  
Przedmiot Sprzedaży i jego użyteczność  
Przewidywanie zastrzeżenia  
Relacja między Sprzedawcą i Kupcem  
Rozpraszanie zastrzeżenia metodą zadawania pytań  
Rozwinięcie rozmów  
Sekwencja Cecha, Zaleta, Korzyść - najskuteczniejsza technika  
Siła Przetargowa  
Siódme prawo perswazji - prawo niedostępności  
Sofizmat teorii i praktyki  
Sprzedawca jako Doradca Biznesowy  
Sprzedawca jako Koordynator Strategiczny  
Sprzedawca jako Sprzymierzeniec Długofalowy  
Sprzedaż  
Sprzedaż na rezygnację  
Stopa w drzwiach  
Strategie negocjacyjne  
Strefa Targowa  
Strona testowa: Metoda Zestawienia Korzyści  
Style Negocjacji  
Sygnały zakupu  
Szóste prawo perswazji - prawo konsekwencji lub zachowania zgodności  
Szybkie techniki sprzedaży  
Technika Dziegciu i Miodu  
Technika odpowiedzi twierdzących  
Techniki finalizacji rozmów  
Techniki ułatwiające zbliżenie stanowisk  
Triki sprzedażowe i negocjacyjne  
Trzecie prawo perswazji - prawo sympatii  
Trzyetapowa Technika Sprzedaży  
Uchylanie oporu natury emocjonalnej  
Uchylanie oporu przed oceną i kosztami  
Uchylanie oporu przed zmianą

Uchylenie oporu z powodu złych doświadczeń  
Uchylenie zastrzeżenia brak potrzeby, nasycenie  
Uchylenie zastrzeżenia co do źródła - lojalność wobec innego dostawcy  
Uchylenie zastrzeżenia finansowego, dotyczącego ceny  
Uchylenie zastrzeżenia ukrytego  
Uchylenie zastrzeżenia wybieg  
Uchylenie zastrzeżeń odnośnie produktu  
Uchylenie zastrzeżeń potencjalnego Kupca  
Ukazywanie korzyści  
Ustępstwo za ustępstwo  
Uzgodnienia wewnętrzne  
Uzgodnienia wewnętrzne: mandat zakupu i cennik  
Uzyskanie wsparcia strony trzeciej  
Wędzony śledź  
Wilk w owczej skórze  
Wprowadzenie  
Wybieg  
Wybieg indukcji  
Wycofywanie oferty  
Wygoda  
Wyławianie wniosków  
Wyższa instancja  
Wzbudzanie poczucia winy  
Zamknięcie Bilansowe  
Zamknięcia próbne  
Zamknięcia próbne i sygnały zakupu  
Zamknięcie hipotetyczne  
Zamknięcie komplementem  
Zamknięcie metodą bułki z masłem  
Zamknięcie metodą ostatniej szansy  
Zamknięcie metodą podziału  
Zamknięcie Metodą Traconych Korzyści  
Zamknięcie Negocjacyjne  
Zamknięcie Probabilistyczne  
Zamykanie negocjacji  
Zasada prostytutki  
Zasady radzenia sobie z zastrzeżeniami  
Zastosowanie metody bumerangu  
Zastrzeżenia potencjalnego Kupca  
Zastrzeżenie co do źródła, lojalność wobec innego dostawcy  
Zastrzeżenie finansowe - CENA  
Zastrzeżenie odnośnie produktu  
Zastrzeżenie ukryte  
Zrealizowanie budżetu czy powierzonego zadania  
Zrobienie uniku