



O autorze i o książkach

Znajdziemy tu pouczające przykłady i podane kolejne wskazówki, jak wyrobić sobie styl i technikę najlepszego handlowca. Autor wskazuje na tak istotne elementy sukcesu jak potęga entuzjazmu, skuteczność zachęcania klientów do kupna. Obok tego podaje sposoby pokonywania strachu, kluczowe słowa, które pozwolą zmienić sceptycznego klienta w entuzjastycznego nabywcę i siedem złotych zasad dobijania targu.

W książce znajdziesz autentyczne rozmowy z klientami i techniki prezentowania towarów. Pokaże Ci ona krok po kroku, co musisz zrobić, aby zostać sprzedawcą o najlepszych kwalifikacjach. Dzięki nim właśnie autor zarobił miliony dolarów. Wszystko jedno, co sprzedajesz - poradnik ten nauczy Cię sprzedawać więcej. Osiągniesz wyniki, o których nie śmiałeś marzyć.

After his brief baseball career, Bettger returned to his native Philadelphia, where he started collecting accounts for a furniture store on a bike. He then started selling [life insurance](#) for the [Fidelity Mutual Life Insurance Co.](#) of Pennsylvania but was not initially successful, and considered quitting after 10 months. During a moment of reflection, he remembered what his baseball manager told him about his lack of enthusiasm. So he made a commitment to himself to start acting enthusiastically in his insurance presentations.

He also met a successful salesman and took his advice to read the [Autobiography of Benjamin Franklin](#). A light went on in his mind when he realized that Franklin's [Socratic method](#) of asking "key" questions might work with selling policies. He tried it, it worked, and Bettger began to perfect his technique with great enthusiasm.

Krótko, moim zdaniem:

Jedna z najlepszych książek o sprzedaży jakie czytałem. Obowiązkowa dla każdego, kto chce odnieść w sprzedaży sukces. Napisana bardzo dawno temu, nie straciła nic na swojej aktualności. Wspaniałe pomysły, świetna narracja, wciągające opowieści. Wydanie audio – bardzo dobre, idealne do słuchania w drodze. Autor sprzedawał ubezpieczenia i o tym pisze ale wiemy dobrze, że pomimo specyfiki produktu, zasady kontaktu z ludźmi pozostają te same ☺☺☺.