

CUPRINS

Capitolul I - „Marketingul - câinele de pază al clientului” (Ph. Kotler)	5
Capitolul II - Indicatori de performanță în activitatea de vânzare	49
Capitolul III - Metoda pipeline de vânzări personalizată și interactivă	65
Capitolul IV - Comunicarea eficientă –platforma relațională de suport a vânzării	79
Capitolul V - Tratarea obiecțiilor – un pas important pentru un marketing relațional și o vânzare reușită	97
Capitolul VI - Încheierea vânzării și pregătirea etapei de post-vânzare	119
Capitolul VII - Etica în vânzări și în marketing	132
Concluzii în vânzările etice	156