

# TARTALOMJEGYZÉK

<b>KI AZ A WEISER ISTVÁN, ÉS MIÉRT HALLGASSAK RÁ?.....</b>	<b>7</b>
Kik vásárolják meg ezt a könyvet és miért?.....	12
A 10 leggyakoribb hiba, amit elkövetünk az árképzés során.....	13
Prológus.....	19
Az első leckém az árazásról, avagy Zoli bácsi trükkjei.....	28
<b>#1 A hiedelem törvénye.....</b>	<b>31</b>
Három hasznos szabály a munkatársaink kiképzéséhez.....	33
Az árazás sikerbarométere.....	35
1. tévhit.....	37
<b>I. ALAPOZÁS.....</b>	<b>39</b>
A stabil üzleti növekedés képlete.....	41
A profitod egy háromlábú szék.....	42
<b>#2: A szolgálat törvénye.....</b>	<b>43</b>
A négy csere.....	45
Marketingmatek.....	48
A 6 emberi szükséglet.....	49
<b>#3: Az elsőbbség törvénye.....</b>	<b>51</b>
A mestermeggyőzés képessége.....	55
<b>#4: Az alacsony ár és az impotencia közötti összefüggés.....</b>	<b>57</b>
<b>#5: A figyelem törvénye.....</b>	<b>59</b>
Ha növeljük a választékot, attól több eladásunk lesz.....	60
2. tévhit.....	60
<b>#6: A választékbővítés törvénye, avagy analízisparalízis.....</b>	<b>61</b>
A vásárlók négy típusa.....	65
<b>#7: Az értékalapú árazás törvénye.....</b>	<b>69</b>
<b>#8: Az életciklus törvénye.....</b>	<b>71</b>
<b>#9: A fizetés fájdalmának törvénye.....</b>	<b>73</b>
Fukarok és gavallérok.....	75
<b>#10: A fájdalomcsillapító hatás távolságtörvénye.....</b>	<b>77</b>
<b>#11: A horgonyár törvénye.....</b>	<b>79</b>
<b>#12: A csalitermék alkalmazásának törvénye.....</b>	<b>83</b>
<b>#13: A fantomár.....</b>	<b>87</b>

<b>II. POZICIONÁLÁS, ÁRKÉPZÉS.....</b>	<b>95</b>
Pozicionálás.....	97
A marketing az érzetek csatája.....	97
A jó pozicionálás tíz kérdése.....	101
3. tévhit.....	108
<b>#14: Az élettartamérték törvénye.....</b>	<b>109</b>
<b>#15: A szűkítés törvénye.....</b>	<b>111</b>
<b>#16: A termékpiramis törvénye.....</b>	<b>115</b>
A világító lépcső elmélet.....	118
Az ingyenes szállítási napok tanulsága.....	119
<b>#17: A prémium kategória törvénye.....</b>	<b>121</b>
<b>#18: A luxustermék törvénye.....</b>	<b>123</b>
<b>#19: Az ideális ár meghatározásának a törvénye.....</b>	<b>125</b>
<b>#20: Az optimális árképzés törvénye.....</b>	<b>129</b>
<b>III. ÁRAJÁNLTADÁS.....</b>	<b>133</b>
Hogyan nyerjünk csatát az érdeklődő fejében?.....	135
A nyertes ajánlat szerkezete.....	137
<b>#21: A kompetencia törvénye.....</b>	<b>141</b>
<b>#22: A magabiztosság törvénye.....</b>	<b>143</b>
<b>#23: A tekintélyparancsolás törvénye.....</b>	<b>145</b>
<b>#24: A kizárólagosság törvénye.....</b>	<b>147</b>
<b>#25: Az első benyomás törvénye.....</b>	<b>153</b>
Az árajánlatadás szempontjából kritikus pont a reakcióidő.....	155
Az ajánlatbomba-stratégia.....	159
<b>#26: Az extrém pozíció kihelyezésének a törvénye.....</b>	<b>161</b>
<b>#27: A határidőhatás törvénye.....</b>	<b>163</b>
<b>#28: Az akadályoztatás törvénye.....</b>	<b>165</b>
<b>#29: Az összehasonlíthatóság törvénye.....</b>	<b>167</b>
<b>#30: A szegmentált upsell törvénye.....</b>	<b>169</b>
<b>IV. VIZUÁLIS MEGGYŐZÉS.....</b>	<b>171</b>
<b>#31: Az akkurátus árképzés törvénye.....</b>	<b>173</b>
<b>#32: Az árak feltüntetésének törvénye.....</b>	<b>175</b>
<b>#33: A vizuális segédeszközök törvénye.....</b>	<b>179</b>

<b>V. ÁREMELÉS .....</b>	<b>181</b>
<b>#34: A magas ár értéknövelő hatásának a törvénye.....</b>	<b>183</b>
<b>#35: Az ársávok fájdalomküszöbéneka törvénye.....</b>	<b>185</b>
<b>#36: A határátlépés törvénye .....</b>	<b>189</b>
<b>#37: A sztori hatalmának a törvénye.....</b>	<b>193</b>
<b>#38: A Pató Pál-módszer, avagy az áremelés törvénye .....</b>	<b>195</b>
<b>VI. ÁRTÁRGYALÁS – ALKU .....</b>	<b>199</b>
<b>#39: A profitépítés és -rombolás törvénye .....</b>	<b>201</b>
Az árkezelés alapja.....	203
<b>#40: A mozgástér törvénye .....</b>	<b>209</b>
<b>#41: A bizalom törvénye .....</b>	<b>211</b>
<b>#42: A befektetett energia törvénye .....</b>	<b>213</b>
<b>#43: Az időzítés törvénye .....</b>	<b>215</b>
Néhány gondolat az alkuról.....	217
Ez drága... ..	221
<b>#44: A gyakorlás törvénye.....</b>	<b>231</b>
A pókerarcok és a beszerzők 15 leggyakoribb trükkje.....	233
Hogyan növelhető duplájára a borralaló esélye és mennyisége? .....	235
<b>VII. HŰSÉGPONTOK, KUPONOK, AKCIÓK .....</b>	<b>237</b>
<b>#45: A hűségpontok és bónuszok törvénye.....</b>	<b>239</b>
Az árakciók típusai.....	241
<b>#46: A garancia törvénye.....</b>	<b>249</b>
<b>#47: A váratlanság törvénye.....</b>	<b>253</b>
<b>VIII. TANULSÁGOK, ÖSSZEFOGLALÁS .....</b>	<b>255</b>
<b>#48: Az eltérő piacok törvénye.....</b>	<b>257</b>
Amilyen a paraszt, olyan a krumpolja.....	259
Mit gondolnak a kollégáid	
a terméked vagy szolgáltatásod árképzéséről? .....	259
A szűkítésnél nincs félelmetesebb dolog.....	261
A hála ereje.....	263
Összefoglalás .....	265

Hogyan tovább? .....	266
A MasterMind Csoport .....	268
Búcsúszó.....	271
Hasznos holmik .....	273
Könyvajánló.....	275
Tetszett a könyv? Maradt kérdésed? .....	278
Köszönetnyilvánítás .....	279