

Indice

7	Premessa
15	Introduzione
27	1. Studia i «trigger points» e le tue reazioni
39	2. Trova una tua definizione personale di obiezione
55	3. Individua lo stile decisionale del cliente
79	4. Elenca obiezioni e risposte
89	5. Applica la formula ARRIVO
149	Riassunto dei punti principali
151	Bibliografia e riflessione finale