

Содержание

Вступление	12
Часть 1. Продажи	14
Система продаж	14
Ключевая формула продаж	14
Увеличение продаж: с чего начать.....	16
Воронка продаж.....	16
Отдел продаж	17
Преимущества разделения отдела продаж.....	20
Что важно знать о потенциальных клиентах.....	21
Им всегда дорого	22
Как работать с ценами	24
Ценовая матрица	26
Зачеркнутая цена	28
Привлекательная цена.....	28
Наценка за срочность и нестандартные запросы	29
Средний чек	29
Дисконтные карты	31
Накопительная дисконтная карта.....	32
Превышение ожиданий.....	32
Дыры в процессе продаж	33
Какие проблемы нужно РЕШАТЬ.....	34
Работа с клиентами	35
Вежливость.....	36
Как поставить цену ниже, чем у конкурентов.....	36
Часть 2. Маркетинг	38
Какой маркетинг нам нужен	38
Лучший метод привлечения клиентов	40
Сколько денег можно потратить на привлечение клиентов	41
Как привлечь клиентов: обзор вариантов.....	41
Рекламные агентства	44
«МММ»	45
Заголовки.....	46

Способы генерации заголовков.....	46
ОДП	47
«Доллары со скидкой»	50
Воспитание вашей аудитории.....	50
Что должно быть в рекламе	50
Чего не должно быть в вашей рекламе	51
Пошаговые продажи	51
Линейка продуктов.....	54
Рекомендации.....	55
Часть 3. HR. Управление персоналом	56
Управление системой.....	56
Менеджмент.....	56
Какие навыки и качества важно стимулировать в сотруднике.....	56
Нанимать медленно. Увольнять быстро	57
Сколько стоит новый сотрудник	57
Виды мотивации.....	58
Служебная лестница	60
Как мотивировать продавцов.....	60
Тонкости оплаты труда	61
План продаж	62
Дебиторская задолженность	62
Мотивационная доска	63
Нематериальная мотивация	64
Сколько нужно платить.....	68
Выход из зоны комфорта.....	70
Наем сотрудников.....	72
Тестовые задания.....	72
Как выбрать человека	73
Копирайтинг	74
Аутсорсинг	75
Никто не будет работать так же хорошо, как вы	75
Строительство отдела продаж с нуля	75
Жесткость или мягкость?.....	76
Часть 4. Личная эффективность	77
Бизнес и свобода	77
Как строить и реализовывать планы.....	78
Система труда в XXI веке	80
Как стать № 1.....	82

Делать новое!	84
Личная жизнь	85
Unlearn	85
Часть 5. Управление проектами	86
Жизненный цикл проекта.....	86
Два подхода к целеполаганию	86
Разработка проекта.....	87
Обзор всех этапов.....	88
Риск-менеджмент.....	88
Декомпозиция проекта.....	90
Диаграмма Ганта.....	90
Оценка инвестиционной привлекательности	91
Какие документы нужны	92
Оптимизация проекта	92
Управление персоналом.....	94
Управление изменениями	95
Человеческий фактор	95
Сдача проекта	96
План-фактный анализ	96
Как поддерживать дисциплину.....	96
Часть 6. Стратегический менеджмент	99
Развитие и рост	99
Ключ к эффективности	99
Как развивать компанию	101
Где заканчивается демократия	102
Зачем вам бизнес	103
Делегирование: когда начинать.....	104
О стартапах.....	104
Уровни при построении бизнеса.....	106
Как думать о стратегии	107
Система контроля	110
Следование плану	111
Часть 7. Снижение затрат. Как сэкономить кучу денег без ущерба для бизнеса	113
Типы расходов: на чем можно экономить, а на чем нет	113
Стратегии снижения затрат.....	117
Тактики снижения затрат.....	126

Часть 8. Первокласный сервис152

Особенности конкурентной борьбы.....	152
Важность первокласного сервиса.....	153
Быстро отвечаем на звонки.....	154
Звоним клиенту после оформления заказа.....	155
До вас не дозвонились? Перезвоните!.....	156
Контроль сотрудников: «морковка впереди» и «морковка сзади».....	156
Быстро доставляем продукт.....	157
Идем навстречу клиенту.....	158
Делаем подарок клиенту после покупки.....	161
Называем клиента по имени.....	162
Звонок клиенту после покупки.....	162
Компенсация недовольным клиентам.....	163

Часть 9. Аутсорсинг и делегирование171

Блеск нового, или Наполеон и «Макдоналдс».....	171
Мы — не заводные игрушки.....	172
Инфобизнес по пунктам.....	173
Вы — собственный босс.....	175
Lifestyle-бизнес.....	175
Двухшаговые продажи.....	176
Дешевая приманка на остром крючке.....	177
Тайм-менеджмент и математика.....	178
Формула тайм-менеджмента: $A + 0,1 (B - A)$	179
Измерение своей продуктивности.....	180
Как выйти из порочного круга.....	181
Первое правило аутсорсинга.....	182
«Узкие» места.....	183
Труба с переменным диаметром.....	183
Три кита продаж.....	184
Анатомия бизнеса.....	184
Лайнер должен долететь.....	185
Две ветви, или Учите ноты.....	186
Снежный ком.....	187
Тренировка «нет».....	188
Стратегия войны, тактика боя.....	189
Оптимизация вашего бизнеса: начинаем с продаж.....	189
Карта вашего бизнеса.....	190
Порочный круг?.....	190
Зимой и летом другим цветом.....	191

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Слепок вашего бизнеса	191
На взлет	192
Чужими руками	193
Нет проблем?	193
Представление начинается	194
Оптимизация бизнеса: завод пружины	194
Правильный фундамент	195
Аутсорсинг: чтобы не врезаться в забор	196
Правильный аутсорсинг	197
Команда, работающая без вас и на вас	198
Чтобы вместо стула не получился комод	199
Две «волшебные» цифры	200
По десять за штуку?	201
Рисуйте дерево	202
Воспоминание напоследок	204
Четыре роли бизнесмена	205
На конкурентах надо зарабатывать	207
Система работает лучше, чем один человек	208
Часть 10. Оптимизация продаж	209
Мнимая оптимизация	209
Три стадии развития бизнеса	209
Тайм-менеджмент для бизнесмена	211
Типовые проблемы бизнеса	211
Ключевой вопрос	212
Одна из самых больших проблем в бизнесе	213
Цель оптимизации бизнес-процессов	214
Провалы в бизнесе	214
Постановка сквозных целей	215
Проблематизация жизни бизнеса	215
Два условия построения правильного бизнеса	216
Личная свобода владельца бизнеса	217
Что на самом деле нужно владельцу	218
Измерение ценности своего времени	219
Конвейерность вашего бизнеса	219
Инвестирование в бизнес	220
Уровни проблем в бизнесе	220
Три типа конкурентов	221
Рост консалтингового бизнеса	221
Построение консалтингового бизнеса	222
Проблемы стандартных отделов продаж	222

Построение эффективного отдела продаж.....	223
Проблема многих собственников.....	225
Использование клиентской базы	225
Встроенные конфликты.....	226
Преимущества конвейерного отдела продаж.....	227
Аккаунт-менеджмент.....	228
Три условия продаж	228
Правильная организация отдела продаж.....	228
Работа с возражениями	229
Только не мешай.....	230
Сетевой маркетинг и сектизм	230
Аффилиаты	231
Бизнес-процессы для сервисных организаций.....	232
Продажи в IT	232
Использование трехшаговой схемы в бизнесе.....	233
Ценность сотрудничества.....	233
Система множественных касаний.....	234
Массовые рассылки.....	236
Использование почтовых рассылок	236
Разделение продуктов на front-end и back-end.....	237
Стандартизированное качество	238
Увеличение прибыльности	239
Ключевой индикатор компании	239
Построение эффективной системы продаж.....	240
Системы привлечения клиентов	241
Измеряемость бизнес-процессов.....	241
Первый шаг в становлении бизнеса.....	242
Пять главных коэффициентов для увеличения прибыльности	242
Технарский миф о хорошем продавце.....	243
Самый дорогой способ привлечь клиентов	244
Средний чек	244
Увеличение конверсии	245
Увеличение числа транзакций.....	245
Постоянные автоматические касания.....	245
Работа с клиентской базой.....	246
Люди, похожие на клиентов.....	247
Принцип рыночного колокола	248
О стопроцентных гарантиях.....	249
Сила гарантий	250
Работа с возвратами	251

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Дисконтные карты и бизнес по подписке.....	252
Моделирование продажных фишек	252
Проблемы моделирования.....	253
Отличие больших компаний.....	254
Диверсионная реклама.....	254
Что работает в малом бизнесе.....	255
Послевкусие.....	255

Часть 11. Премиум. Работа с верхними сегментами рынка.....256

Важность премиум-продуктов и сервисов	256
Интересные факты.....	258
Еще пара примеров премиум-продуктов.....	258
Упаковка и продажа премиум-продуктов.....	259
Еще одна тактика при VIP-продажах	261
И еще одна стратегия по упаковке и продаже премиум-сервисов.....	262
Еще одна фишка с премиум-клиентами.....	263
Продажа премиум-продуктов и сервисов на B2B-рынке.....	264
Премиум-сервисы	264
Мини-премиум-продукты и сервисы.....	266
Пример премиум-сервиса для ночного клуба.....	266
Маленькие неприятности и большие проблемы.....	267
Товары для ультра-премиум-рынка.....	268
Премиум-сервисы: домашнее задание	269
Ультра-премиум-сервисы	269
И опять про премиум-товары и сервисы	270
В сентябре Playboy Mansion отдыхает.....	270
Премиум-издание книги за \$6 000 000.....	272
Премиум и мини-премиум.....	273
Работа в верхнем сегменте рынка.....	273
Продажи премиум-продуктов	274
Работающая бизнес-система	274
Работа в премиум-сегментах рынка	276
Продажа дорогих продуктов	277
Премиум как паровоз.....	277
Премиум и уникальность	279
Продажи в ультра-премиум.....	279
Премиум и звезды.....	280
Премиум и неординарный пиар за 88 млн в час.....	281
Скорость и премиум.....	282
Почему я так люблю премиум	282

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Часть 12. Клонирование бизнеса. Франчайзинг и новые модели продаж.....285

Введение во франчайзинг	285
Как привлекательно упаковать франшизу.....	312
Лицензирование vs франшиза.....	332
Подмена понятий	335
Продажи	338
Проблемы с продажами дорогих продуктов.....	351
Плюсы и минусы	357
Ошибки.....	361
О финансах.....	367
Как заработать деньги на франшизе.....	372
Вопросы по клонированию и упаковке.....	381

Часть 13. Прибыльное производство. Как удвоить прибыльность промышленного производства за 3–6 месяцев403

Перевод производства в страны третьего мира.....	403
Конкуренция по качеству.....	404
Взаимозаменяемость товаров	404
Увеличение влияния розничных сетей.....	405
Падение общей прибыльности производства	405
Нишевание как одна из успешных стратегий	406
Скорость выхода на рынок	407
Увеличение прибыльности промышленных предприятий.....	407
Три основных способа увеличения прибыльности в производстве ...	408
Серийное производство кастомизированных товаров (mass customization)	408
Экспресс-производство (instant manufacturing).....	408
Эффективный маркетинг.....	409
Массовая кастомизация в деталях.....	409
Экспресс-производство в деталях.....	410
Эффективный маркетинг в деталях	412
Планирование удваивания вашей прибыли	413
Массовая кастомизация.....	414
Экспресс-производство.....	419
Эффективный маркетинг.....	425
Дополнительные стратегии увеличения прибыли.....	430
Что делать прямо сейчас.....	433

Часть 14. 21 закон бизнеса	435
Закон № 1. Бизнес танцует от денег и продаж.....	435
Закон № 2. Чтобы что-то продавалось, это нужно продавать	436
Закон № 3. Продажи — трудозатратный процесс.....	437
Закон № 4. Проведение замеров	437
Закон № 5. Контроль всех процессов.....	438
Закон № 6. Контроль осуществляют надзиратели	438
Закон № 7. Соответствие индикаторам.....	439
Закон № 8. Конвейер	439
Закон № 9. Три участка в системе продаж	440
Закон № 10. Работа с постоянными клиентами.....	440
Закон № 11. Нельзя иметь только один способ достижения чего-либо	440
Закон № 12. Обязанности владельца бизнеса.....	441
Закон № 13. Запасной план Б.....	441
Закон № 14. Проблемы управления	442
Закон № 15. Постоянный рост	442
Закон № 16. Сам себе конкурент	442
Закон № 17. New.....	443
Закон № 18. Креатив в бизнесе вреден.....	443
Закон № 19. Тестирование существующих бизнес-моделей.....	443
Закон № 20. Масштабирование бизнеса	444
Закон № 21. Переход на новый уровень	444
Заключение	445
Специальный подарок для наших читателей:	
видеокурс «Mini-MBA: Продажи»	446