

Содержание

ВСТУПЛЕНИЕ.....	9
ВВЕДЕНИЕ	13
ЧАСТЬ I. КОНЕЦ ЭРЫ СЛАЙДОВ.....	21
ГЛАВА 1. РОЛЬ СЛАЙДОВОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ В СЕГОДНЯШНЕЙ КУЛЬТУРЕ ПРОДАЖ	22
ГЛАВА 2. РОЛЬ СЛАЙДОВ В СОВРЕМЕННОМ ОБУЧЕНИИ ПРОДАЖАМ.....	35
ГЛАВА 3. ТЕСТ: ЯВЛЯЕТЕСЬ ЛИ ВЫ СЛАЙД-ЗАВИСИМЫМ?.....	43

ЧАСТЬ II. ВОЗМОЖНОСТЬ ВИЗУАЛЬНОЙ ПРОДАЖИ.....49

ГЛАВА 4. СИЛА ПЕРА50

ГЛАВА 5. НАУКА В ПОДДЕРЖКУ ПИСЬМЕННОЙ ДОСКИ57

ГЛАВА 6. СТАРЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ, НОВАЯ ПОДАЧА.....61

ЧАСТЬ III. ЧЕМ ПИСЬМЕННАЯ ДОСКА ПОМОЖЕТ ПРОДАЖАМ?73

ГЛАВА 7. КОГДА ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПИСЬМЕННУЮ ДОСКУ?74

ГЛАВА 8. ГЛАВНЫЕ СХЕМЫ ВЫСТУПЛЕНИЙ С ПИСЬМЕННОЙ ДОСКОЙ.....79

ГЛАВА 9. РАБОЧИЙ ПРИМЕР ДЛЯ ДЕМОНСТРАЦИИ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПИСЬМЕННОЙ ДОСКИ86

ГЛАВА 10. ВЫСТУПЛЕНИЕ С ПИСЬМЕННОЙ ДОСКОЙ: СТРУКТУРА,
НАПРАВЛЕНИЕ, СОДЕРЖАНИЕ И ТОЧКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ..91

ГЛАВА 11. СХЕМЫ «КВАЛИФИКАЦИЯ» И «ИССЛЕДОВАНИЕ».....97

ГЛАВА 12. СХЕМЫ «ЗАЧЕМ ПЕРЕМЕНЫ?»108

ГЛАВА 13. СХЕМЫ «РЕШЕНИЕ».....	118
ГЛАВА 14. СХЕМЫ «КОНКУРЕНЦИЯ»	135
ГЛАВА 15. СХЕМА «БИЗНЕС-КЕЙС».....	152
ГЛАВА 16. СХЕМЫ «ЗАКРЫТИЕ».....	160
ЧАСТЬ IV. СОЗДАНИЕ СХЕМЫ ДЛЯ ПРОДАВЦОВ	169
ГЛАВА 17. ПОРА К ДОСКЕ? НЕ ТАК БЫСТРО!.....	170
ГЛАВА 18. ВЫБОР ТЕМАТИКИ ВАШЕЙ СХЕМЫ	176
ГЛАВА 19. ФОРМИРОВАНИЕ РАБОЧЕЙ ГРУППЫ.....	181
ГЛАВА 20. ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ.....	188
ГЛАВА 21. ЛЕКАЛО РАБОЧЕЙ ГРУППЫ.....	193
ГЛАВА 22. ОФОРМЛЕНИЕ ВАШЕЙ СХЕМЫ-РИСУНКА ДЛЯ ПИСЬМЕННОЙ ДОСКИ	205
ГЛАВА 23. УПАКОВКА ВАШЕЙ СХЕМЫ ДЛЯ ДОСКИ.....	209

ЧАСТЬ V. ВНЕДРЕНИЕ В РАБОТУ217

ГЛАВА 24. ТЕСТ-ДРАЙВ СХЕМЫ ДЛЯ ДОСКИ218

ГЛАВА 25. ВОЗМОЖНОСТИ ОБУЧЕНИЯ ПРОДАВЦОВ.....223

ГЛАВА 26. ИЗМЕРЕНИЕ УСПЕХА231

**ЧАСТЬ VI. У ВАС ЕСТЬ ВИЗУАЛЬНАЯ СХЕМА. КАК ЕЕ
ПРЕЗЕНТОВАТЬ И КАК К ЭТОМУ ПОДГОТОВИТЬСЯ?239**

ГЛАВА 27. ЛУЧШИЕ ПРИЕМЫ ПРЕЗЕНТАЦИИ ВИЗУАЛЬНОЙ СХЕМЫ240

ЗАКЛЮЧЕНИЕ249

О КОМПАНИИ CORPORATE VISIONS, INC.252