

Содержание

Вступление	14
Часть 1. Продажи	16
Система продаж	16
Ключевая формула продаж	16
Увеличение продаж: с чего начать.....	18
Воронка продаж.....	18
Отдел продаж	19
Преимущества разделения отдела продаж.....	22
Что важно знать о потенциальных клиентах.....	23
Им всегда дорого	24
Как работать с ценами	26
Ценовая матрица	28
Зачеркнутая цена	30
Привлекательная цена.....	30
Наценка за срочность и нестандартные запросы	31
Средний чек	31
Дисконтные карты	33
Накопительная дисконтная карта.....	34
Превышение ожиданий.....	34
Дыры в процессе продаж	35
Какие проблемы нужно РЕШАТЬ.....	36
Работа с клиентами	37
Вежливость.....	38
Как поставить цену ниже, чем у конкурентов.....	38
Часть 2. Маркетинг	40
Какой маркетинг нам нужен	40
Лучший метод привлечения клиентов	42
Сколько денег можно потратить на привлечение клиентов	43
Как привлечь клиентов: обзор вариантов.....	43
Рекламные агентства	46
«МММ»	47
Заголовки.....	48

Способы генерации заголовков.....	48
ОДП	49
«Доллары со скидкой»	52
Воспитание вашей аудитории.....	52
Что должно быть в рекламе	52
Чего не должно быть в вашей рекламе	53
Пошаговые продажи	53
Линейка продуктов.....	56
Рекомендации.....	57

Часть 3. HR. Управление персоналом 58

Управление системой.....	58
Менеджмент.....	58
Какие навыки и качества важно стимулировать в сотруднике.....	58
Нанимать медленно. Увольнять быстро	59
Сколько стоит новый сотрудник	59
Виды мотивации.....	60
Служебная лестница.....	62
Как мотивировать продавцов.....	62
Тонкости оплаты труда	63
План продаж	64
Дебиторская задолженность	64
Мотивационная доска	65
Нематериальная мотивация	66
Сколько нужно платить.....	70
Выход из зоны комфорта.....	72
Наем сотрудников.....	74
Тестовые задания.....	74
Как выбрать человека	75
Копирайтинг	76
Аутсорсинг.....	77
Никто не будет работать так же хорошо, как вы	77
Строительство отдела продаж с нуля	77
Жесткость или мягкость?.....	78

Часть 4. Личная эффективность 79

Бизнес и свобода	79
Как строить и реализовывать планы.....	80
Система труда в XXI веке	82
Как стать № 1.....	84

Делать новое!	86
Личная жизнь	87
Unlearn	87
Часть 5. Управление проектами	88
Жизненный цикл проекта.....	88
Два подхода к целеполаганию	88
Разработка проекта.....	89
Обзор всех этапов.....	90
Риск-менеджмент.....	90
Декомпозиция проекта.....	92
Диаграмма Ганта.....	92
Оценка инвестиционной привлекательности	93
Какие документы нужны.....	94
Оптимизация проекта	94
Управление персоналом.....	96
Управление изменениями	97
Человеческий фактор	97
Сдача проекта	98
План-фактный анализ	98
Как поддерживать дисциплину.....	98
Часть 6. Стратегический менеджмент	101
Развитие и рост	101
Ключ к эффективности.....	101
Как развивать компанию.....	103
Где заканчивается демократия	104
Зачем вам бизнес	105
Делегирование: когда начинать.....	106
О стартапах.....	106
Уровни при построении бизнеса.....	108
Как думать о стратегии	109
Система контроля	112
Следование плану	113
Часть 7. Снижение затрат. Как сэкономить кучу денег без ущерба для бизнеса	115
Типы расходов: на чем можно экономить, а на чем нет	115
Стратегии снижения затрат.....	119
Тактики снижения затрат.....	128

Часть 8. Первокласный сервис154

Особенности конкурентной борьбы.....	154
Важность первокласного сервиса.....	155
Быстро отвечаем на звонки.....	156
Звоним клиенту после оформления заказа.....	157
До вас не дозвонились? Перезвоните!.....	158
Контроль сотрудников: «морковка впереди» и «морковка сзади».....	158
Быстро доставляем продукт.....	159
Идем навстречу клиенту.....	160
Делаем подарок клиенту после покупки.....	163
Называем клиента по имени.....	164
Звонок клиенту после покупки.....	164
Компенсация недовольным клиентам.....	165

Часть 9. Аутсорсинг и делегирование173

Блеск нового, или Наполеон и «Макдоналдс».....	173
Мы — не заводные игрушки.....	174
Инфобизнес по пунктам.....	175
Вы — собственный босс.....	177
Lifestyle-бизнес.....	177
Двухшаговые продажи.....	178
Дешевая приманка на остром крючке.....	179
Тайм-менеджмент и математика.....	180
Формула тайм-менеджмента: $A + 0,1 (B - A)$	181
Измерение своей продуктивности.....	182
Как выйти из порочного круга.....	183
Первое правило аутсорсинга.....	184
«Узкие» места.....	185
Труба с переменным диаметром.....	185
Три кита продаж.....	186
Анатомия бизнеса.....	186
Лайнер должен долететь.....	187
Две ветви, или Учите ноты.....	188
Снежный ком.....	189
Тренировка «нет».....	190
Стратегия войны, тактика боя.....	191
Оптимизация вашего бизнеса: начинаем с продаж.....	191
Карта вашего бизнеса.....	192
Порочный круг?.....	192
Зимой и летом другим цветом.....	193

Слепок вашего бизнеса	193
На взлет	194
Чужими руками	195
Нет проблем?	195
Представление начинается	196
Оптимизация бизнеса: завод пружины	196
Правильный фундамент	197
Аутсорсинг: чтобы не врезаться в забор	198
Правильный аутсорсинг	199
Команда, работающая без вас и на вас	200
Чтобы вместо стула не получился комод	201
Две «волшебные» цифры	202
По десять за штуку?	203
Рисуйте дерево	204
Воспоминание напоследок	206
Четыре роли бизнесмена	207
На конкурентах надо зарабатывать	209
Система работает лучше, чем один человек	210
Часть 10. Оптимизация продаж	211
Мнимая оптимизация	211
Три стадии развития бизнеса	211
Тайм-менеджмент для бизнесмена	213
Типовые проблемы бизнеса	213
Ключевой вопрос	214
Одна из самых больших проблем в бизнесе	215
Цель оптимизации бизнес-процессов	216
Провалы в бизнесе	216
Постановка сквозных целей	217
Проблематизация жизни бизнеса	217
Два условия построения правильного бизнеса	218
Личная свобода владельца бизнеса	219
Что на самом деле нужно владельцу	220
Измерение ценности своего времени	221
Конвейерность вашего бизнеса	221
Инвестирование в бизнес	222
Уровни проблем в бизнесе	222
Три типа конкурентов	223
Рост консалтингового бизнеса	223
Построение консалтингового бизнеса	224

Проблемы стандартных отделов продаж.....	224
Построение эффективного отдела продаж.....	225
Проблема многих собственников.....	227
Использование клиентской базы.....	227
Встроенные конфликты.....	228
Преимущества конвейерного отдела продаж.....	229
Аккаунт-менеджмент.....	230
Три условия продаж.....	230
Правильная организация отдела продаж.....	230
Работа с возражениями.....	231
Только не мешай.....	232
Сетевой маркетинг и сектизм.....	232
Аффилиаты.....	233
Бизнес-процессы для сервисных организаций.....	234
Продажи в IT.....	234
Использование трехшаговой схемы в бизнесе.....	235
Ценность сотрудничества.....	235
Система множественных касаний.....	236
Массовые рассылки.....	238
Использование почтовых рассылок.....	238
Разделение продуктов на front-end и back-end.....	239
Стандартизированное качество.....	240
Увеличение прибыльности.....	241
Ключевой индикатор компании.....	241
Построение эффективной системы продаж.....	242
Системы привлечения клиентов.....	243
Измеряемость бизнес-процессов.....	243
Первый шаг в становлении бизнеса.....	244
Пять главных коэффициентов для увеличения прибыльности.....	244
Технарский миф о хорошем продажнике.....	245
Самый дорогой способ привлечь клиентов.....	246
Средний чек.....	246
Увеличение конверсии.....	247
Увеличение числа транзакций.....	247
Постоянные автоматические касания.....	247
Работа с клиентской базой.....	248
Люди, похожие на клиентов.....	249
Принцип рыночного колокола.....	250
О стопроцентных гарантиях.....	251

Сила гарантий	252
Работа с возвратами	253
Дисконтные карты и бизнес по подписке	254
Моделирование продажных фишек	254
Проблемы моделирования	255
Отличие больших компаний	256
Диверсионная реклама	256
Что работает в малом бизнесе	257
Послевкусие	257

Часть 11. Премиум. Работа с верхними сегментами рынка.....258

Важность премиум-продуктов и сервисов	258
Интересные факты	260
Еще пара примеров премиум-продуктов	260
Упаковка и продажа премиум-продуктов	261
Еще одна тактика при VIP-продажах	263
И еще одна стратегия по упаковке и продаже премиум-сервисов	264
Еще одна фишка с премиум-клиентами	265
Продажа премиум-продуктов и сервисов на B2B-рынке	266
Премиум-сервисы	266
Мини-премиум-продукты и сервисы	268
Пример премиум-сервиса для ночного клуба	268
Маленькие неприятности и большие проблемы	269
Товары для ультра-премиум-рынка	270
Премиум-сервисы: домашнее задание	271
Ультра-премиум-сервисы	271
И опять про премиум-товары и сервисы	272
В сентябре Playboy Mansion отдыхает	272
Премиум-издание книги за \$6 000 000	274
Премиум и мини-премиум	275
Работа в верхнем сегменте рынка	275
Продажи премиум-продуктов	276
Работающая бизнес-система	276
Работа в премиум-сегментах рынка	278
Продажа дорогих продуктов	279
Премиум как паровоз	279
Премиум и уникальность	281
Продажи в ультра-премиум	281
Премиум и звезды	282
Премиум и неординарный пиар за 88 млн в час	283

Скорость и премиум.....	284
Почему я так люблю премиум.....	284

Часть 12. Клонирование бизнеса. Франчайзинг

и новые модели продаж.....287

Введение во франчайзинг	287
Как привлекательно упаковать франшизу.....	314
Лицензирование vs франшиза.....	334
Подмена понятий	337
Продажи	340
Проблемы с продажами дорогих продуктов.....	353
Плюсы и минусы	359
Ошибки.....	363
О финансах.....	369
Как заработать деньги на франшизе.....	374
Вопросы по клонированию и упаковке	383

Часть 13. Прибыльное производство.

Как удвоить прибыльность промышленного производства

за 3–6 месяцев405

Перевод производства в страны третьего мира	405
Конкуренция по качеству.....	406
Взаимозаменяемость товаров	406
Увеличение влияния розничных сетей.....	407
Падение общей прибыльности производства	407
Нишевание как одна из успешных стратегий	408
Скорость выхода на рынок	409
Увеличение прибыльности промышленных предприятий.....	409
Три основных способа увеличения прибыльности в производстве ...	410
Серийное производство кастомизированных товаров (mass customization)	410
Экспресс-производство (instant manufacturing).....	410
Эффективный маркетинг.....	411
Массовая кастомизация в деталях	411
Экспресс-производство в деталях.....	412
Эффективный маркетинг в деталях	414
Планирование удваивания вашей прибыли	415
Массовая кастомизация.....	416
Экспресс-производство.....	421
Эффективный маркетинг.....	427

Дополнительные стратегии увеличения прибыли	432
Что делать прямо сейчас.....	435
Часть 14. 21 закон бизнеса	436
Закон № 1. Бизнес танцует от денег и продаж.....	436
Закон № 2. Чтобы что-то продавалось, это нужно продавать	437
Закон № 3. Продажи — трудозатратный процесс	438
Закон № 4. Проведение замеров.....	438
Закон № 5. Контроль всех процессов.....	439
Закон № 6. Контроль осуществляют надзиратели	439
Закон № 7. Соответствие индикаторам.....	440
Закон № 8. Конвейер	440
Закон № 9. Три участка в системе продаж	441
Закон № 10. Работа с постоянными клиентами	441
Закон № 11. Нельзя иметь только один способ достижения чего-либо	441
Закон № 12. Обязанности владельца бизнеса.....	442
Закон № 13. Запасной план Б.....	442
Закон № 14. Проблемы управления	443
Закон № 15. Постоянный рост	443
Закон № 16. Сам себе конкурент	443
Закон № 17. New.....	444
Закон № 18. Креатив в бизнесе вреден.....	444
Закон № 19. Тестирование существующих бизнес-моделей.....	444
Закон № 20. Масштабирование бизнеса	445
Закон № 21. Переход на новый уровень	445
Заключение	446
Об авторах	448