

Оглавление

Предисловие	11
История одного бизнеса, или Зачем я написал эту книгу	11
В чем преимущества собственной веб-студии	14
Как тратить по 2 часа в день и зарабатывать по 200 000 рублей в месяц	16
Кому необходима эта книга	17
Злобные тараканы и понимание бизнеса	18
Веб-студии на Руси, или Почему все так плохо	18
Как избавиться от рутины и наконец заняться бизнесом	24
Основные тараканы, мешающие больше продавать	26
Что на самом деле нужно клиенту	27
Уникальное торговое предложение (УТП)	29
Можно ли выделиться среди однообразной толпы.....	29
Как с помощью УТП выстроить очередь из заказчиков	31
Конкурируем по цене, выделяемся среди конкурентов.....	32

Организация работы 35

Моя схема работы. Как это работает у меня 35

Выбор формы организации: ООО или ИП? 38

Я ненавижу бухгалтерские бумажки 39

Выбираем название 40

Визитки 42

А что делать, если нет портфолио 44

Мониторим конкурентов, или На службе Ее Величества..... 45

Привлечение клиентов 50

Что нужно делать: основной принцип 50

Редко используемые, но эффективные способы 52

Семинары: как стать крутым специалистом
за короткое время 53

Продаем на выставках 56

Хороший заработок с помощью бензопилы..... 57

Всех заспамим! Уа-ха-ха, или Коммерческие предложения 60

Эта мифическая контекстная реклама 65

Рассылка, или Добровольный спам ☺ 67

Ну очень «холодные» звонки..... 70

Поиск удаленных сотрудников 71

Обучение продажам по телефону 73

Как узнать имя ЛПРа 82

**Как работать с фрилансерами,
как искать, как выбирать 84**

Конкурсы..... 86

Критерии отбора фрилансера..... 86

Еще нюансы и тонкости 88

Сколько стоит работа фрилансера..... 89

Что лучше: фрилансер или сотрудник в офисе 90

На какой CMS делать сайт,
или Оставить на усмотрение фрилансера 91Какой срок озвучивать заказчику
на выполнение корпоративного сайта. Тонкости работы..... 92Нет повести печальнее на свете,
чем повесть о фрилансере и сроках 94**Что такое продающий сайт 97**

Основные признаки продающего сайта 100

Фишки, влияющие на продажи..... 103

Какие услуги может оказывать веб-студия 107

SEO-продвижение умерло? 111

Удвоение продаж в веб-студии 114

Допродажи 114

Продаем комплектом 118

Вести клиентов самому или отдавать менеджерам? 118

Сделать нужно было вчера 119

Заградительная цена 120

Товар-локомотив 121

Что еще есть из фишек по продажам 123

Заимствуем фишки у конкурентов 124

Больше отзывов на вашем сайте 125

Работа с клиентами, встречи, тонкости, нюансы 126

Вступление 126

Техника «Утка» 128

Этика деловой переписки 129

Обработка входящих звонков 130

Тот, кто берет трубку 136

Как одеваться на встречу	137
Аксессуары для встречи.....	139
Подлизываемся	139
Каким должен быть офис	140
Не стоит лишний раз беспокоить клиента... ..	142
Обратная связь.....	143
Как закрыть очень трудного клиента.....	144
Ой, блин, я совсем забыл! Реанимируем сделку.....	146
Нет, это дорого	146
А у Васи сайты по 4000 рублей!	147
Как сделать так, чтобы клиент продал сам себе	148
Смертельная ошибка на встрече с клиентом	149
Не перегибайте палку.....	151
Как выигрывать тендеры.....	151
Выстраиваем отношения с клиентом.....	155
Относимся к клиенту как к партнеру	155
Помогайте вашему клиенту	158
Еще один таракан, которого нужно побороть: боязнь заказчика.....	159

Прибыльная веб-студия. Пошаговое руководство

Кто должен составлять ТЗ? Вы или клиент?	159
Идем на уступки	160
Сарафанное радио	161
Техника «будильник».....	163
Конфликтная ситуация, или Что делать, если мы срываем сроки	165
Сделали сайт. Что дальше?	166
Грамотный сервис и экологичность	168
Анализ конкурентов	170
«Инфинити».....	170
«GKMedia»	172
«X-design»	174
«Актив Медиа»	175
P52	176
Заключение	180