

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	9
Почему мы решили написать эту книгу	9
Пять рекомендаций, как извлечь максимум из книги	10
ВВЕДЕНИЕ. ПРИНЦИП КОММУНИКАЦИЙ	11
Проблемы клиентов, или Почему клиенты обманываются?.....	13
Риски, связанные с покупкой вашего решения.	14
ГЛАВА 1. ВСЕ, ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ О ЛЮДЯХ	15
Четыре психотипа, или Как определить характер человека	16
Аналитики	16
Драйверы	19
Дружелюбные	21
Экспрессивные	22
Что на самом деле нужно людям	26
Деньги	28
Комфорт	29
Безопасность	30
Статус	31
Как понять, что действительно важно человеку	32
Как люди воспринимают окружающий мир	34
ГЛАВА 2. ПРОВЕРЕННЫЕ МЕТОДЫ ВЛИЯНИЯ НА СОБЕСЕДНИКА	45
Как выиграть любые переговоры	46
Метод «Выматывание жуки»	50

Метод Коломбо	53
Метод «Бутерброд»	54
Как вести переговоры о цене	56
Как сделать предложение, от которого невозможно отказаться	60
Виды гарантий	61
Что делать, если клиент требует скидку	63
Статья Людмилы Сарычевой «Слушайте внимательно»	64
Что мы делаем не так	64
Почему так поступаем	66
Что делать?	67
Когда это не подходит	70
Статья Людмилы Сарычевой «Пять правил переговорщика»	71
Думайте о пользе	71
Не болтайте	73
Убедитесь трижды	75
Забудьте о плане «Б»	78
Не держитесь за результат	81
Как подобрать правильную аргументацию для клиента	82
Как превратить сухие характеристики в выгоды	87
Завершение переговоров	90
Как работать с возражениями	93
Как отличить истинные возражения от ложных ...	95
Пошаговый алгоритм отработки возражений и претензий	96
Общие рекомендации при работе с возражениями и претензиями	98
Как работать с сопротивлением изменениям	103
ГЛАВА 3. ПИСЬМЕННЫЕ КОММУНИКАЦИИ	109
Основная проблема письменных коммуникаций.	110
Копирайтинг. Как писать убедительно	111

Общение по электронной почте	114
Общение в мессенджерах	119
Слепая десятипальцевая печать	120
Регламенты и инструкции	121
Какие проблемы возникают, если у вас нет инструкций	122
Экономия времени руководителя	122
Как написать инструкцию	123
Проще — всегда лучше: принципы эффективной регламентации	134
Коммуникации в социальных сетях	146
Что такое SMM. Его преимущества	146
Правила работы в социальных сетях	149
Показатели эффективности маркетинга в социальных сетях	151
Как монетизировать соцсети	153
Что выбрать — группу или паблик?	154
ГЛАВА 4. КОММУНИКАЦИИ В КОМАНДЕ	155
Роли в команде. Как создать идеальную команду на примере бизнес-сказки «Посадил дед репку»	156
Трудоголик (рабочая пчелка)	159
Герой (мотиватор)	160
Прагматик (координатор)	161
Генератор идей	162
Поисковик	162
Аналитик	164
Контролер	165
Вдохновитель	165
Практическое применение теории командных ролей	175
Публичное выступление: подготовка, эффективные техники	180
Подготовка	180
Настройка	181

Приветствие и самопрезентация	182
Интерактив	182
Каналы восприятия	183
Как проводить эффективные совещания и летучки	184
Пример регламента еженедельного собрания	188
Пример регламента совещаний. Схема проведения эффективных совещаний	190
Статья Екатерины Сехиной «Секреты знаменитых переговоров. Как проводить полезные совещания» ..	191
Отрицание пустоты	192
Сокращение сущностей	194
Назначение переменных	196
Сумма слагаемых	198
Проверка на практике	200
Готовое решение	201
Как ставить задачи, которые выполняют на 100 %	203
Пять критериев, которые нужно учитывать при постановке задач	209
Три основные причины, почему выполнение задач срывается	214
Причина 1. Забыл	214
Причина 2. Не так понял, хотел как лучше.....	215
Причина 3. Не смог	215
Статья Людмилы Сарычевой «Эффективная задача»	216
Участники	216
Описание задачи	217
Обсуждение	219
Дедлайн	220
Алгоритм	221
Статья Максима Ильяхова «Как ставить задачи»	222
Проблема, а не приказ	223
Задачи-приказы	223
Задачи-проблемы	224

Правильная задача	225
В жизни	227
Полная совместимость	227
Системы постановки задач	228
Как они работают	228
Постановка задач себе	231
Как начать внедрение системы постановки задач	232
ГЛАВА 5. СВЯЗИ И ЗНАКОМСТВА	233
Нетворкинг. Как завести полезные связи и знакомства	234
Правило 1. Чаще выходите в свет	234
Правило 2. Станьте экспертом	235
Правило 3. Экономьте визитки	237
Правило 4. Чаще будьте бескорыстными	239
Есть ли польза от торгово-промышленных палат и объединений предпринимателей?	240
Для чего надо вступать в ТПП	241
Как извлечь максимальную пользу от членства в ТПП и ассоциациях	245
Три ошибки общения с чиновниками	245
Ошибка 1. Ориентироваться на внешность	246
Ошибка 2. Ориентироваться на должность	247
Ошибка 3. Недооценивать чиновника	248
Общие рекомендации	249
ОБ АВТОРАХ	254