

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение и краткое содержание книги.....	6
I. Организационный уровень обучения и развития	13
II. Уровень конкурентного сравнения	14
III. Уровень подготовки аргументов	15
IV. Уровень перевода в лингвоформы	17
V. Уровень принятия и осознания	18
VI. Уровень отработки поведения.....	20
Глава 1. Организационный уровень обучения и развития.....	22
Цепочка создания ценности	25
Стратегия голубого океана.....	32
USP – уникальное торговое предложение	41
Выводы.....	52

Глава 2. Уровень конкурентного сравнения	60
Кто наш конкурент, по мнению клиентов?	62
Обучение	69
Глава 3. Уровень подготовки аргументов	71
Глава 4. Уровень перевода в лингвоформы	80
Метамодель	82
Виды нарушения правильности ММ	84
Глава 5. Уровень принятия и осознания	89
Глава 6. Уровень отработки поведения	103
Тренинги.....	104
Вебинары.....	111
Отработка поведения в реальной ситуации.....	112
Глава 7. Рекомендации по программам обучения сотрудников	116
Различные ситуации продаж.....	116
Квадрант 1. Создать стратегическую ценность	125
Квадрант 2. Продажи идеи.....	126
Квадрант 3. «Ценный человек»	130
Квадрант 4. Защита позиций.....	155

Глава 8. Планирование и развитие компетенций сотрудников	159
Подход к составлению списка компетенций	170
Формы оценки сотрудников	172
Формы развития компетенций.....	182
Тематики развития компетенций по этапам процесса продаж	184
Цикл обучения. Модель Колба и Фрая.....	191
Оценка эффективности инвестиций в обучение. Модель Киркпатрика — Филипса	193
 Глава 9. Психологические основы обучения навыкам продаж.....	 212