

# Содержание

ВСТУПЛЕНИЕ.....	9
ВВЕДЕНИЕ .....	13
<b>ЧАСТЬ I. КОНЕЦ ЭРЫ СЛАЙДОВ.....</b>	<b>21</b>
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 ПЕРА ..... 50

ГЛАВА 5. НАУКА В ПОДДЕРЖКУ ПИСЬМЕННОЙ ДОСКИ ..... 57

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 ДОСКИ ..... 86

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

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

ГЛАВА 12. СХЕМЫ «ЗАЧЕМ ПЕРЕМЕННЫ?» ..... 108

---

ГЛАВА 13. СХЕМЫ «РЕШЕНИЕ».....	118
ГЛАВА 14. СХЕМЫ «КОНКУРЕНЦИЯ».....	135
ГЛАВА 15. СХЕМА «БИЗНЕС-КЕЙС».....	152
ГЛАВА 16. СХЕМЫ «ЗАКРЫТИЕ».....	160
<b>ЧАСТЬ IV. СОЗДАНИЕ СХЕМЫ ДЛЯ ПРОДАВЦОВ .....</b>	<b>169</b>
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 РАБОТУ .....217**

ГЛАВА 24. ТЕСТ-ДРАЙВ СХЕМЫ ДЛЯ ДОСКИ .....218

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

ГЛАВА 26. ИЗМЕРЕНИЕ УСПЕХА .....231

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

ГЛАВА 27. ЛУЧШИЕ ПРИЕМЫ ПРЕЗЕНТАЦИИ ВИЗУАЛЬНОЙ СХЕМЫ .....240

ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....249

О КОМПАНИИ CORPORATE VISIONS, INC. ....252