

<<如何做好咨询>>

图书基本信息

<<如何做好咨询>>

内容概要

<<如何做好咨询>>

作者简介

<<如何做好咨询>>

书籍目录

第一部分 什么是咨询人员

第一章 为什么要涉足咨询业

涉足咨询业的原因

运用你的才智做杠杆谋求利益

厌倦了为他人工作

失业或即将失业

获得第二种弹性化的收入来源

寻求更高尚的职业

咨询业挑战测试

回答问题

分析你的得分

采取行动的最佳时机

职业因素

财经因素

个人因素

第二章 咨询人员的职责

无处不在的咨询人员

咨询人员的职责

倾听

调查

分析

建议

促成变化

付诸实施

咨询人员的忌讳

趾高气扬

避重就轻

无中生有

贪多嚼不烂

眼大胜小

喜新厌旧

第三章 认清方向：选择一条适合自己的道路

评定你的好恶

什么是你真正喜欢去做的

什么是你真正讨厌去做的

评定你的技巧

什么是你真正擅长的

什么是你不擅长的

评定的结果

你的想法有市场价值吗

谁会成为你的客户以及什么是他们的需求

你的公司能赢利吗

时机适合吗

你有资本吗

第四章 作出决定：向咨询业进发

<<如何做好咨询>>

采取行动

途中各站

从大公司到咨询公司，再到单枪匹马

兼职工作

专职工作

落实一笔大合同

全身心地投入

如何知道你是否准备好了

试试水温

和正在从事你希望做的事的人交谈

从小事做起

评定结果

第二部分 咨询程序

第五章 确定问题和书写计划书

与客户初期会谈的目标

与客户初期会谈的一些提示

向客户提出大量的问题

与客户建立合作伙伴关系

书写必胜的计划书

书信式计划书

叙述式计划书

第六章 数据、数据，到处都是数据

识别关键数据资源

在收集数据过程中取得客户的支持

小心！

数据灾难就在前面

第七章 解决问题与开发建议

使所有的信息具有意义

分类并汇总数据

按时间顺序安排步骤和程序

寻找模式、趋向和主题

忽略并闲置题外数据

聚焦

解决问题的正确方法

开发你的建议

第八章 如实相告：提交你的建议

向客户反馈信息：创造条件

策划信息反馈会议

确定客户对建议的所有权

第九章 实施：使你的建议得以实施

必须要有计划

“该出手时就出手”

评估建议实施结果

第三部分 咨询技巧的要素

第十章 路是人走出来的，话是人说出来的：形象、名声和道德

创造职业形象

提高你的名声

<<如何做好咨询>>

你与道德，作出正确的选择

道德陷阱

确定个人的道德规范准则

第十一章 合理安排时间使工作有条不紊

这是你的时间 好好管理

决定“什么是真正重要的

做一个合理安排时间的人

使工作有条不紊

工作有条不紊首先从你做起

使你有有条不紊的方法

和你紧张的日程进度安排保持一致

科技含量低，但十分可靠的纸质日程表

领先一步的设备：每日计划表

计算机：既重要，又不太重要

第十二章 交流，交流，再交流

驾驭口头表达能力

适时提出恰当的问题

为什么要提出问题

怎样提出问题

倾听：是个双行道

书面表达

写什么

写好书面表达的七个步骤

第十三章 像专业人员一样：写报告，作汇报

提呈有影响力的书面报告的秘诀

两种基本的咨询报告

你只有一次留下第一印象的机会

你可以作很精彩的汇报

为汇报做准备

运用视觉辅助的艺术

你正在讲台上：作汇报

第十四章 让网络技术为你服务

保持联系

电话之类的通讯设备

传真机：必备的商务工具

电子邮件：它是免费的（当然是某种意义上的）

电脑，多多益善

完成互联网的工作

第四部分 创立自己的咨询事业

第十五章 你的价值是多少 确立你的要价标准

你对客户有多大价值

为什么要雇用咨询人员

你能在同等或更少的报酬下做好工作吗

你是在推销劳务商品，还是在推销客户所需的方法呢

用不同的方法确定你的费用

按小时计酬

按每项工作或每个项目计酬。

<<如何做好咨询>>

按聘用定金计酬
记住客户所要的价值
变动你的酬金
提价
降价
辩护
第十六章 签订咨询合同：巧妙的舞步
什么是合同
合同的关键要素
可解除合同的情况
合同的类型
口头合同
书面合同
合同谈判ABC
谈判的筹划
谈判的基本准则
谈判结束
第十七章 创建家中办公室
在家办公：这种想法如何
优点
缺点
你要做些什么
着手建立
家中办公室清单
何时把你的家中办公室“推出”家门
第十八章 记录时间和资金
记录时间
活动日志
时间表
给客户开账单收回酬金
为客户开出账单
索取欠款
编制比较满意的预算
预算分类
编制预算
预算数字的出处
平衡预算
第十九章 提高效率：利用辅助性服务
成功的关键：提高能力，集中力量做事
职员
一个好的助手意味着一切
签订服务合同
什么时候长期工不是长期工，而是临时工时
虚拟办公室
办公新途径
租用一套行政办公室

<<如何做好咨询>>

其它办公选择

第五部分 营销业务

第二十章 发布信息：促销业务

人员推销

公共关系和宣传报导

广告

销售促进

第二十一章 与新客户建立业务关系

自我介绍

第一印象很重要

询问和倾听

向他们作自我介绍

绿灯还是红灯

逐渐去了解

建立良好的关系

帮助客户得其所需

奠定相互信任的基础

与客户面谈

可能还是不可能

权衡费用和收益

与谁面谈

在何处面谈

什么时候面谈

以多种方式与客户保持联系很重要

为下一步定出时间

感谢短信的艺术

通过写信、打电话，或发电子邮件保持联系

继续深入

第二十二章 与被介绍的人建立业务关系

判断一下，要谁为你介绍客户

与现有客户处理好关系

怎样得到被介绍来的客户

运用直接的方法

与客户保持联系

奖励为你推荐客户的客户

建立一个合同数据库

为别人介绍客户

与被介绍的客户保持联系

第六部分 成功咨询的十招与十忌

第二十三章 用互联网营销咨询业务的十种方法

创建网页

引起他人注意

建立和进行链接

要有针对性地发送大量E-mail信息

涉足公告牌

给你的网址做广告

建立自己的万维网域名

<<如何做好咨询>>

成为一名在线服务论坛上的常见嘉宾

参加咨询介绍服务

建立一份邮寄名单

第二十四章 咨询员爱犯的十大错误

不专心听

不能建立亲密关系

被自负妨碍

不灵活

要价过高

要价偏低

只有一个大客户

推掉工作

把已有客户视为当然

不能拓展本来业务

第二十五章 使意向变为现实的十个技巧

不要想当然地以为你的客户知道你能把工作干得最好

帮你的客户规划出工作的各项规格

了解你的竞争情况

先与客户谈谈你的意向书

亲自递交你的意向书

准备好回答每一个问题

出售你的资历

提及你的业绩

在条款上要具有灵活性

跟踪调查要积极主动

第二十六章 签署重大合同的十点建议

要有耐心

要有准备

了解你的限制条件

不要放弃得太多太早

要明确界定你工作的界限

不要害怕说“不”字

少说多听

给谈判留出余地

做好选择的准备

以文字形式确认口头上的默契

第二十七章 新型企业有效营销的十项策略

选择你的目标

发现什么是可行的

利用客户成功的故事

鼓励口头上的提及

变成一种媒体的猎物

聘请一位优秀的公关人员

创办业务简讯

提供免费样品

对媒体要有反应

即使你无力做这项工作，也要帮助客户

<<如何做好咨询>>

第二十八章 建立业务关系的十种方法

要准时并在预算之内

预料到客户的需要并提出解决的方法

要易于合作

保持联系

要诚实讲道德

给予超过你所承诺的

请求证明和推荐

提供动力

告知你的客户

做好工作

译者后记

<<如何做好咨询>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>