

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	5
Введение	11
ГЛАВА 1. Разговор «по понятиям».....	19
Понятия-мутанты	19
Бизнес	27
Видение	33
Деньги	39
Жизненный цикл	40
Интернет.....	46
Информация	48
Клиентоориентация	50
Консультант	54
Кризис	64
Маркетинг.....	69
Образование.....	79
Сегментация	82
Стратегия.....	86
ГЛАВА 2. Модели и инструменты.....	96
Использование классических инструментов	100
Бостонская матрица	104
«Пять сил Портера»	109
Матрица Ансоффа.....	114
SWOT-анализ	121
Продуктово-рыночная матрица	142
Пример использования инструментов.....	152
Дополнительные модели и инструменты	156
Плоскость «цена — качество».....	156
Профиль фирмы и клиента	158
Внутренние клиенты и внутренние продукты	161
«Воронка» продаж и «айсберг» продаж	163
Конкурентоспособность, КФУ и УКП.....	166
Модели организации	173
Современная и классическая модели продаж.....	174

Фокус-группы	176
Жизненные циклы	177
Инструменты, заслуживающие упоминания	178
Авторские модели и инструменты	181
Четыре аксиомы и принцип соответствия	181
Клиентский «бутерброд»	184
«Коктейль» для клиента	189
Плоскость ожиданий и ее динамика	194
Матрица прозрачности	198
«Три этажа бизнеса»	199
Пятиугольники и их применение	210
Призма ВДФ (время, деньги, функционал).....	222
«Кольцо уважения» и «кольцо неуважения»	225
ГЛАВА 3. Поучительные истории и лирика	229
Бронефутболки	229
Маркеры	233
Мебель и программа	237
Психолог	240
Стоматологи	242
«Челночная дипломатия».....	246
Короткие истории	248
Стратегическая лирика	271
Стратегическое управление... по Пушкину	271
Демократия... по Маршаку	275
Понятийный букварь с поэтическими и песенными комментариями	278
Фразы	283
Литература.....	286
Об авторе.....	287