

Стью Хейнеке

Стью Хейнеке КАК ДОБИТЬСЯ ВСТРЕЧИ С КЕМ УГОДНО. Скрытая сила контактного маркетинга / пер. с англ. М.: Библос, 2019. - 343 с. Ил. 24. Табл. 2.

ГЛАВА 4. Ваш	vip-имидж	070
Равноценный бизнес-статус		071
Как это выглядит		077

ГЛАВА 5. Как определить 100 важнейших		
потенциальных клиентов		081
Клиенты и партнеры, о которых можно только мечтать		083
Топ-100, Стратегическая сотня и Список партнеров		087

ГЛАВА 6. Как собрать информацию о целевых		
контактах		092
Поиск информации перед знакомством		093
Полезные источники информации		096
Кто они как личности		099

РАЗДЕЛ II. ТАКТИКА И МЕТОДЫ КОНТАКТНОЙ КАМПАНИИ

ГЛАВА 7. Методика контактной кампании		105
Идеи для вдохновения, а не подражания		107
Расходы на кампанию варьируются		108
Мой личный метод персонализированных иллюстраций		109

ГЛАВА 8. Подарки и визуальные метафоры		115
Категория № 1: искусство, юмор и кино		116
Категория № 2: подарки и «передарки»		121
Категория № 3: полподарка		125
Категория № 4: визуальные метафоры		128

ГЛАВА 9. Бесплатно и почти бесплатно		137
Категория № 5: телефон		138
Категория № 6: электронная почта		144
Категория № 7: социальные сети		148
Категория № 8: триггеры		150
Категория № 9: Google Alerts		151
Категория № 10: почта		153

ГЛАВА 10. Медиа, анализ данных, онлайн-присутствие и мероприятия	163
Категория № 11: интервью и медиа-присутствие	164
Категория № 12: книги и статьи	169
Категория № 13: видео	174
Категория № 14: информация и анализ	179
Категория № 15: мероприятия	182
ГЛАВА 11. За гранью допустимого	189
Категория № 16: пресса и билборды	190
Категория № 17: оплаченные одноразовые телефоны	192
Категория № 18: личные интересы	193
Категория № 19: инвестор	196
Категория № 20: из ряда вон выходящее	197
РАЗДЕЛ III. КОНТАКТНАЯ КАМПАНИЯ В ДЕЙСТВИИ	
ГЛАВА 12. Как работает контактная кампания	205
Никогда не миритесь с отказом	207
Шаги, схемы и план работы	209
Что нужно сделать	215
Чего следует ожидать	216
ГЛАВА 13. Контактное письмо, сценарий и антиреклама	219
Что должно быть в письме	221
Как выглядит процесс	224
Составляем сценарий	226
Антиреклама	227
ГЛАВА 14. Ваше тайное оружие: механизм удержания	232
Зачем он нужен	234
Как придумать зацепку	235
Как это увеличивает шансы на успех	238
ГЛАВА 15. Решающая роль ассистентов	241
Намного больше, чем привратник	242

Охотники за талантами			244
Как превратить ассистента управляющего в союзника			245
Мой собственный, реальный пример			246
ГЛАВА	16.	Контакт	251
Четыре этапа контакта			252
Первый контакт			257
Осложнения/Чего ждать/Как стать ниндзя телефонных звонков			257
Как общаться с секретарем на ресепшн			258
Первый звонок ассистенту управляющего			260
Звонок на миллион долларов			261
ГЛАВА 17.	Звонок	гендиректору	264
Ваша задача			265
Перейти к делу и найти точки соприкосновения			267
Не тратьте время гендиректора зря			268
Определяем следующие шаги			269
ГЛАВА 18. А теперь приступим	к	работе	271
Последовательность и систематичность			272
Критически важный ответ			273
Новые заинтересованные лица			275
Довести дело до конца			276
ГЛАВА 19.	Что	такое	успех
Ассистенты управляющих стали долгосрочными контактами?			279
Процент откликов			281
Рентабельность инвестиций			283
Чего вы достигли?			284
Какие прорывы вы совершили?			285
ГЛАВА 20. Незаменимая роль социальных сетей			
в контактных кампаниях			288
Социальные сети критически важны, чтобы пробиться к нужным людям			290

Контактная стратегия социальных сетей	291
LinkedIn	293
Twitter	295
Facebook	296
Google+ и другие	299
ГЛАВА 21. Что дальше?	302
Перекрестные продажи, партнерские отношения и рекомендации	304
Следующий список «Топ-100»	305
Какой рост вам нужен?	306
Ценность вашей сети контактов	308
Будущее контактного маркетинга	308
БОНУСНАЯ ГЛАВА. Внутренний коуч	312
У всех есть внутренний коуч	313
Сайк-процесс	316
Преимущества работы в суперзаряженном состоянии	320

РАЗДЕЛ IV. ИНСТРУМЕНТЫ И РЕСУРСЫ

Инструменты и ресурсы	325
Умные продажи	326
Усовершенствованная электронная почта	326
Интернет/Блог	327
Подкасты	328
Телефон	329
Социальные сети	329
Презентация	330
Встречи	331
Краудсорсинг	332
Как представиться	333
Благодарности	335
Об авторе	342