

Książka, która zmienia reguły gry...

Chcesz uciec swoim rywalom? Na dzisiejszym, niezwykle konkurencyjnym rynku to nie lada wyzwanie. Nie brakuje homogenicznych firm, które wychodzą do nas, klientów, z takim samym produktem i identyczną ofertą. A klient wymaga — coraz więcej i coraz bardziej. Jeśli chcesz zyskać jego uwagę, przychylność i uśmiech, musisz zadać sobie kilka kluczowych pytań: w jaki sposób możesz doprowadzić do tego, by wybór Twojej firmy był dla klienta oczywisty? Jak się rozwijać? Jak zapewnić ciągłą skuteczność stosowanych metod rozwoju?

Poznaj sekret rozwoju w biznesie

Oddajemy w Twoje ręce nowy, rewolucyjny podręcznik w dziedzinie rozwoju biznesu. Pokaże Ci on, jak zwiększyć wydajność biznesową — bez względu na to, czy jesteś jeszcze płotką czy już rekinem. Zaproponuje skuteczne strategie, które pomogą Ci się rozwijać nawet w najtrudniejszych warunkach rynkowych. Wyjaśni też, dlaczego najważniejszą wartością Twojej działalności jest klient i dlaczego to właśnie na nim powinieneś skupić uwagę zarówno podczas działań marketingowych, jak i sprzedażowych.

Zastosuj zawarte w tej książce wskazówki i strategie, a klienci szybko dostrzegą Twoją wyjątkowość i zaczną Cię postrzegać jako najlepszego gracza na rynku — bez względu na to, gdzie prowadzisz swoją działalność i jakie produkty oferujesz.

Słowa uznania dla książki "Potęga słowa □dlaczego":

„Potęga słowa □dlaczego to książka, którą świetnie się czyta. Na pewno przyda się wszystkim, którzy chcą się dostać na szczyt”.

Donald J. Trump,
przewodniczący i prezes Trump Organization

„Richard Weylman odkrywa nowe prawdy dzięki swojej ogromnej wiedzy i doświadczeniu. Tym, którzy odkryli Potęgę słowa □dlaczego, mogę tylko powiedzieć jedno: »Czytajcie i zbierajcie żniwa«”.

Christopher Forbes,
wiceprzewodniczący Forbes Media

„Książka Richarda powinna się znaleźć na biurku każdego właściciela firmy. To lektura obowiązkowa dla wszystkich, którzy zajmują się sprzedażą”.

Richard S. Bernstein,
dyrektor generalny Richard S. Bernstein & Associates

„Potęga słowa □dlaczego zabierze Cię w cudowną, odkrywczą podróż, która poprawi jakość doznań Twoich klientów, a jednocześnie wzbogaci Twoje doświadczenie zawodowe”.

Milton Pedraza,
dyrektor generalny Luxury Institute

Podziękowania (7)

Przedmowa (9)

CZĘŚĆ I. SFORMUŁOWANIE UNIKALNEJ OBIETNICY WARTOŚCI

- 1. Dlaczego warto pytać: "Dlaczego?"? (15)**
 - 2. Czym jest unikalna obietnica wartości? (27)**
 - 3. Jak konsumenci definiują Twoją unikalną obietnicę wartości i jak na nią reagują (41)**
- ## **CZĘŚĆ II. SZESĆ KROKÓW DO WYBICIA SIĘ NA KONKURENCYJNYM RYNKU**
- 4. Krok pierwszy: reguły zaangażowania (61)**
 - 5. Krok drugi: sformułowanie obietnicy (77)**
 - 6. Krok trzeci: zaprezentowanie obietnicy pracownikom firmy (85)**
 - 7. Krok czwarty: wypromuj swoją obietnicę (103)**
 - 8. Krok piąty: sprzedaż oparta na indywidualnych korzyściach dla klienta (137)**
 - 9. Krok szósty: wykraczać poza oczekiwania klienta (157)**

10. Opowieści z linii frontu (179)

Epilog: Idź naprzód i rzuć ich na kolana (199)

Źródła wiedzy i inspiracji (203)