

TURINYS

Įvadas

1 skyrius. Gana tuščiažodžiavimo rinkodaroje – kalbėkime apie tai, kas įdomu

- Žmonės turėtų noriai kalbėti apie jūsų kompaniją
- San Francisko pamokos dingus elektrai
- Pokalbiams išprovokuoti turėkite įdomių temų
- Kas kliudo „iš lūpų į lūpas“ rinkodarai?
- Kodėl pokalbių rinkodara yra svarbi?
- Trys žingsniai realių, aktualių ir cikliškų pokalbių link

2 skyrius. Kurkite prasmę, o ne gandus

- Priblokštas ir desperatiškai siekiantis prasmės
- Prasmė padeda suvokti informaciją
- Keturi prasmės kūrimo sudėtinės dalys – aktualumas, emocijos, kontekstas ir modelių kūrimas
- Kontekstas ir modelių kūrimas: susiejimas su didesne sistema
- Aktualumas: kaip to siekti, kai nieko nevyksta nei danguje, nei žemėje
- Emocijos yra greičiausias kelias, vedantis prasmės link
- Prasmės kūrimo pamokos remiantis penkerių metų vaiko protu, būdingu mums visiems

3 skyrius. Turėkite naują požiūrį (ar kelis)

- Požiūris jus išskiria iš kitų, paspartina suvokimą ir padeda užmegzti pokalbį
- Naujovių įdiegimas naujojoje „CA“ kompanijoje
- Dešimt požiūrio apibūdinimų
- Kuo požiūris skiriasi nuo vizijos, vertės pasiūlymo, pranešimų ir „dėstymo dviem žodžiais“
- „Sun Microsystems“ kompanijos požiūris – visuotinis dalyvavimas, skaitmeninės atskirties likvidavimas
- „Dove“ firmos „realiojo grožio“ kampanija prasidėjo nuo įsitikinimo, metusio iššūkį prielaidoms
- „Women & Infants Hospital“ ligoninėje žinoma, ko moterys nori – orumo, vilties, ryšio ir tvirtybės
- Nuo sandorių komunikacijos prie pokalbių komunikacijos

4 skyrius. Paklauskite: septyni būdai pokalbio vertoms idėjoms atskleisti

- Kompanijos vadovo įsitikinimų suvokimas
- Klausymasis naujais būdais
- Seminaro apie požiūrį organizavimas (tik ne pirmadienį)
- Seminaro planas
- „Aiškumo komiteto“ įkūrimas
- Siauresnis mąstymas
- Naujų metaforų (kiaulės, skraidantys tvartai, pasakos) ieškojimas
- Išėjimas pasivaikščioti

5 skyrius. Septynios temos, kuriomis žmonės visada kalba

- Siekiai ir įsitikinimai
- „Dovydas prieš Galijotą“
- Lavinos grėsmė
- Nerimavimas
- Kitokios/nuojautai priešingos/prieštaraujančios prielaidos
- Asmenybės ir asmeninės istorijos

- „Kaip?“
- Žavesys ir kerai
- Sezoniniai/su įvykiais susiję dalykai

6 skyrius. Tiesi, atvira kalba: kalbėkite kaip visada, sakykite, ką manote, kalbėkite dešimčia naujų būdų

- Ar kalbame „šunkalbe“?
- Atkurkite verslo komunikavimo stilių
- Dešimt būdų, kaip kalbėti tiesiai, atvirai
- Pokalbio kalba – suvokimo kalba

7 skyrius. Perėjimas prie pokalbių rinkodaros

- Penkios verslo priežastys pereiti į „iš lūpų į lūpas“ rinkodarą
- Septyni būdai, kaip atsisakyti požiūrio į vadovavimą ir kontrolę
- Kontrolės praradimo „geroji pusė“

8 skyrius. „Kalbėjimo kultūros“ kūrimas

- Iš naujo pamąstykite apie rinkodaros funkciją: kurie klausimai yra tinkami?
- Aštuonios funkcijos, svarbios pokalbių rinkodarai
- Įžvalgos: naujų galimybių numatymas
- Pokalbio strategija: kaip atskleisti požiūrį ir panaudoti pokalbio būdus
- Abipusio susidomėjimo programos; pokalbių kanalų kūrimas
- Komunikacijos valdymas: aiškumo, supratimo ir pokalbių mokymas
- Ryšiai su visuomene: tinkami sugebėjimai, tik ar tinkama vieta
- Pardavimo informacija: neapsiriboti duomenimis apie gaminius ir skaidrėmis
- Reklama: kalbėjimas apie kūrybiškumą
- Technologija: vyriausiojo informacijos specialisto etato įvedimas rinkodaroje
- Ritualai: nauji būdai pokalbiams įdiegti į organizacijos kultūrą

9 skyrius. Būkite įdomesni, tam pasitelkę pokalbius, entuziazmą ir sąžiningą požiūrį

- Išmoktos pamokos nepadeda užmegzti ryšio
- „McDonald's“ bendrovė paskatina prasmingus pokalbius apie padavėjų darbą
- Patraukite dėmesį, didinkite supratimą, kelkite pasitikėjimą
- Keturi žingsniai, padedantys kurti įdomius dalykus, apie kuriuos būtų galima kalbėti
- Pokalbiai yra darbas

Priedas: kontroliniai lapai, šablonai, papildomi ištekliai

Pastabos

Dalykinė rodyklė