

Spis treści

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. SZEŚĆ 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