

Spis treści

Przedmowa	9
Podziękowania	11
 CZĘŚĆ I	
ZAWÓD KONSULTANT: PRZYGOTOWANIE	
1. Kim jest konsultant?	17
Nauka i sztuka konsultingu	17
Jak organizacje szukają pomocy konsultantów – czyli jak „dać się odkryć”	25
Liczą się rezultaty, a nie zadania – dlaczego nie należy koncentrować się na „produktach cząstkowych”	30
Najbliższa przyszłość – trendy i prawdopodobne scenariusze w tym dziesięcioleciu	35
Pytania i odpowiedzi	40
2. Siła napędowa	42
Jak praca staje na drodze kariery	42
Czy rozwój firmy sprowadzi Cię na ziemię? Kończenie współpracy z klientami	48
Dwanaście sygnałów wskazujących, że czas odejść	52
Wybór nieuczęszczanego szlaku	54
Tak jak w show-biznesie, wszystko zależy od wyboru właściwego momentu	58
Pytania i odpowiedzi	65
3. Zdobywanie prowadzenia – peleton zostaje w tyle	66
Pułapka sukcesu	66
Marka to Ty	71
Z przodu jest zawsze najlepszy widok	78
Ryzyko i nagroda: bez krzyża nie ma korony	83
Pytania i odpowiedzi	87

4. Burzenie paradygmatów	89
Najlepsze strategie rozwoju	89
Jak skorygować obrany kurs	93
Dziesięć sposobów na nawiązanie wyjątkowych relacji	97
Dlaczego nikogo nie obchodzą Twoje standardy etyczne ani Twoje trudne dzieciństwo	103
Pytania i odpowiedzi	106
5. Pokonywanie zakrętów	108
Wrzucanie jeszcze wyższego biegu	108
Nadawanie rangi klientom	111
Piętnaście sekretów dobrego rozwoju	114
Wykorzystywanie własnych i obcych zasobów	120
Szesnaście podstawowych zasad doskonałego konsultanta	128
Pytania i odpowiedzi	131

CZĘŚĆ II

PRAKTYKA DZIAŁALNOŚCI KONSULTINGOWEJ – DZIAŁANIA TAKTYCZNE

6. Jeśli nie będziesz dał we własny róg, nie będzie muzyki	135
Networking to nie spotkania towarzyskie	135
Uwodzicielska muzyka	143
Nie ma takiej odmowy, której dotąd nie słyszałeś	155
Produkty budują markę	159
Uczciwość i etyka	161
Jak nie złamać się pod presją	163
Pytania i odpowiedzi	169
7. Rozbudowa zasobów	170
Możliwości i rozwiązania	170
Jak zatrudniać najlepszych, unikając całej reszty	179
Współpraca: potencjalne korzyści i groźne pułapki	183
Korzystanie z pracy innych: nie oddawaj kontroli nad statkiem	190
Pytania i odpowiedzi	194
8. Zarabianie pieniędzy tam, gdzie ich „nie ma”	196
Nietradycyjne rynki	196
Dwanaście kryteriów stosowanych przy wyborze nietradycyjnych klientów	197
Przedsiębiorstwa rodzinne	198
Zyskowny świat organizacji <i>non-profit</i>	202
B2B od A do Z	205
Kto jeszcze ma pieniądze?	207
Pytania i odpowiedzi	212

9. Przestań myśleć, że czas to pieniądz.....	214
Nie naśladowuj głupoty prawników	214
Popyt i podaż to ani jedno, ani drugie	221
Formuła wartości dodanej.....	225
Prawdziwa wartość.....	229
Jak w dowolnym momencie podnieść honoraria, nie robiąc przy tym zamieszania?.....	234
Czterdzieści sposobów na podniesienie honorariów	237
Dostępność na żądanie	240
Pytania i odpowiedzi	241
Interludium	243
Jaki jest wynik?	243
Jaka jest najlepsza droga?	244
Po co to wszystko?	249
10. Kuloodporne oferty	253
Przygotowywanie potencjalnego klienta	253
Dziesięć kluczowych kroków.....	254
Jak zawrzeć ofertę na 2,5 strony	257
Dziewięć elementów skutecznej oferty.....	258
Jak kontynuować negocjacje i zdobyć zlecenie w 88,79% przypadków.....	265
Pytania i odpowiedzi	267
11. Wszechobecność	269
Komunikuj się nieustannie	269
Publikacje komercyjne	275
Samodzielne publikowanie.....	282
Wystąpienia publiczne	285
Praca charytatywna.....	290
Istota rynkowej siły grawitacji	294
Pytania i odpowiedzi	295
12. Jak zarabiać duże pieniądze w trudnych czasach.....	297
Wczesne oznaki spadku liczby zleceń	297
Pięć reguł postępowania w trudnych czasach	302
Konsulting kontrariański: ucieczka przed falą odpływu	308
Mit cięcia wydatków (nie sprzedawaj stołu konferencyjnego).....	312
Pytania i odpowiedzi	317
13. Technologia – środek, a nie cel.....	319
Znaki naszych czasów.....	319
Cybermarketing	322
Media społecznościowe i inne mity.....	325
Blogi i kreowanie marki.....	328

Klient i technologia	332
Wartość pomocy wizualnych	334
Kierowanie procesem sprzedaży	339
Pytania i odpowiedzi	340

CZĘŚĆ III

SAMOREALIZACJA KONSULTANTA

14. Partnerzy biznesowi	345
Pozyskiwanie linii kredytowych.....	345
Dynamika przepływów finansowych.....	354
Egzekwowanie należności	355
Dwanaście technik zarządzania wydatkami.....	362
Pytania i odpowiedzi	370
15. Szybki rozwój	372
Zaakcentuj swoją obecność.....	372
Aktywne poszukiwanie dochodu pasywnego.....	384
Zbuduj własną markę lub marki.....	389
Zostań gwiazdą.....	392
Pytania i odpowiedzi	398
16. Relacje wynikające z wartości Twoich usług.....	400
Umowy długoterminowe	400
Umożliwienie potencjalnemu klientowi zakupu	406
Zasada pozwalająca utrzymać klienta dzięki wartości dodanej wnoszonej przez konsultanta.....	412
Równowaga w życiu.....	419
Pytania i odpowiedzi	423
17. Zwiększanie tempa zleceń powtarzalnych i z polecenia	425
Czynnik zwiększający tempo zawarcia umowy	425
Jak radzić sobie z zakrętami na drodze (lub jak bezpiecznie prowadzić samochód).....	428
Myślenie perspektywiczne (z wyprzedzeniem).....	432
Tajemna sztuka rekomendacji.....	435
Talent to Ty, więc pobieraj za to opłatę	437
Pytania i odpowiedzi	438
18. Sukces to nie wszystko	440
Kwestie etyczne	440
Globalna społeczność.....	450
Projektowanie własnej przyszłości.....	454
Wskazówki społeczności najlepszych konsultantów	459
Indeks	463

Zawód konsultant to profesjonalny poradnik dla wszystkich osób prowadzących działalność w branży konsultingowej. Z książki tej czytelnik dowie się, jak pozyskiwać kapitał, przyciągać klientów, tworzyć plany marketingowe i rozwijać swoją firmę tak, aby osiągnąć sukces i wysokie dochody.

W książce omówiono szczegółowo takie zagadnienia, jak:

- nawiązywanie i rozwijanie relacji z klientami,
- wykorzystywanie metod networkingu,
- działanie w warunkach kryzysu gospodarczego,
- poszukiwanie nisz rynkowych, obsługa nietypowych rynków i klientów,
- zatrudnianie wartościowych pracowników, pozyskiwanie wspólników i współpraca z podwykonawcami,
- kształtowanie ceny swoich usług,
- budowanie oferty i zdobywanie zleceń,
- efektywne promowanie firmy i własnej marki,
- korzystanie z nowoczesnych technologii,
- finansowanie własnej działalności,
- maksymalizowanie zysków ze swojej marki.

„Jeśli chcesz zostać bogatym konsultantem, ta książka to lektura obowiązkowa”.

**Robert F. Mager, założyciel i prezes Mager Associates
oraz członek Training & Development Hall of Fame**

„Już same wskazówki na temat ustalania struktury cen warte są wielokrotnie więcej, niż kosztuje ta książka”.

dr William C. Byham, autor książki Zapp!

„Jest to lektura obowiązkowa dla wszystkich, którzy chcą założyć firmę konsultingową lub rozwinąć już istniejącą działalność”.

Victor H. Vroom, profesor na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Yale

Dr **Alan Weiss** jest założycielem i prezesem Summit Consulting Group, Inc., międzynarodowej firmy specjalizującej się w doradztwie w zakresie zarządzania i rozwoju organizacyjnego. Znany jest jako konsultingowa gwiazda rocka. Napisał 32 książki. Jest jedyną osobą niezajmującą się dziennikarstwem, którą American Press Institute w całej swojej 60-letniej historii uhonorował nagrodą za całokształt osiągnięć. Jest członkiem Professional Speakers Association Hall of Fame.