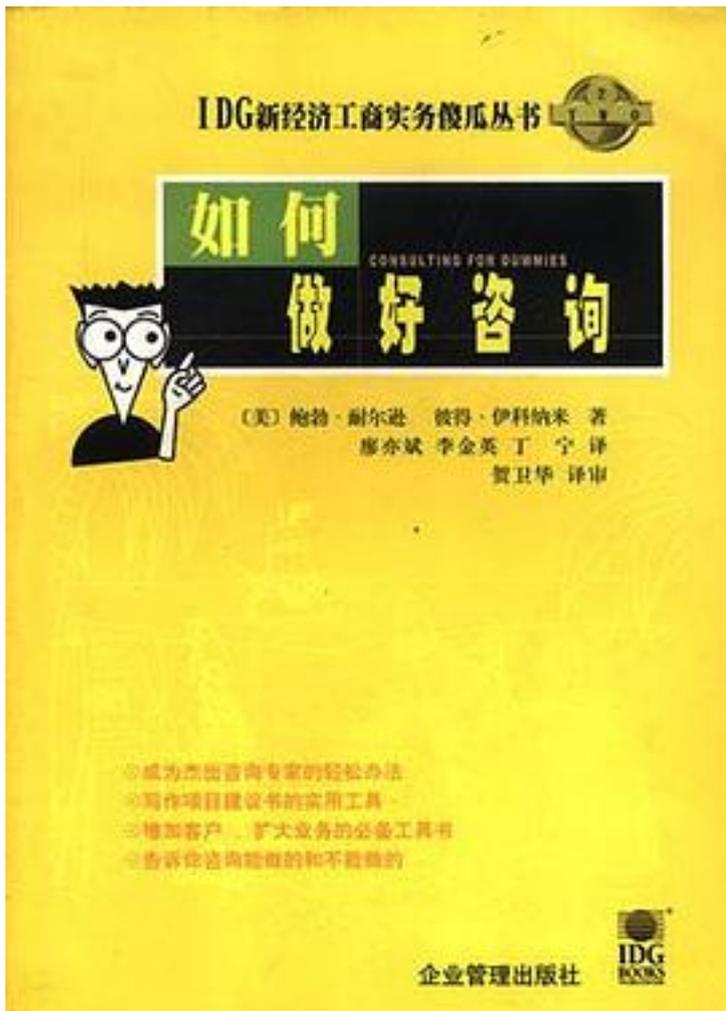


# 如何做好咨询



## [如何做好咨询\\_下载链接1](#)

著者: (美) 鲍勃·耐尔逊

出版者: 企业管理出版社

出版时间: 2000-6

装帧: 平装

isbn: 9787801473530

《如何做好咨询》是著名经济管理学家鲍勃·耐尔逊与著名咨询员兼管理作家彼得·伊

科纳米合作推出的又一力作。

本书共分六部分，囊括了所有咨询从业人士及即将成为咨询业人士都可以即时应用的信息、方法、提示和建议。从何为咨询人员到正确的咨询程序；从使你成为一名成功的咨询人员所必需的关键技巧到开展咨询业务所涉及的方方面面；从推销作的业务到成功咨询所需的行之有效、简单易学的锦囊妙计。任何咨询人士都可以从中找到所需的有益答案。

本书内容简明，语言生动，是咨询人员不可多得的具有重要参考价值的书籍。

作者介绍:

鲍勃·耐尔逊 (Bob Nelson) (加利福尼亚州圣地亚哥人)，耐尔逊动机激励有限公司 (Nelson Motivation, Inc.) 创始人，圣地亚哥的布兰查得培训发展有限公司 (Blanchard Training and Development, Inc.) 前任副总裁。在布兰查得公司，他主要负责管理产品开发、客户导向型产品生产、评估检查和公众宣传，同时任职于公司战略规划小组，他曾是凯恩·布兰查得博士——《一分钟经理》的合著者——的高级助手。在布兰查得公司任职以前，鲍勃曾是数据控制公司以及Norwest银行管理培训员。

至今，鲍勃已出版了17本有关经营管理的著作，并受到了CNN、PBS、CNBC、《纽约时报》、《华尔街日报》等诸多新闻媒体的广泛关注和报道。此外，他还出版发行名为《奖励雇员》(Rewarding Employees) 的月度简讯。用以建议客户在不同情况下如何激发员工的工作热情和干劲。鲍勃已是UC Berkeley的工商管理硕士，目前正在洛杉矶的Claremont研究生院攻读行政管理规划的博士学位。

彼得·伊科纳米 (Peter Economy) (加利福尼亚州太平洋海滨人) 经济咨询员，自由商务撰稿人。与鲍勃·耐尔逊合著了《如何做好企业管理》(Managing For Dummies)、《改善商务会议》(Better Business Meetings)，撰写了大量有关各种商务题材的书籍和文章。彼得结合自己15年丰富的管理经验以及咨询、写作专长给广大客户和读者提供了大量可靠实用的经验。

彼得已获斯坦福大学经济学学士学位，现在正攻读工商管理硕士学位，要想与彼得联系请使用E-mail: [Bizzwiter@alumni.stanford.org](mailto:Bizzwiter@alumni.stanford.org)。

目录: 第一部分 什么是咨询人员  
第一章 为什么要涉足咨询业  
涉足咨询业的原因  
运用你的才智做杠杆谋求利益  
厌倦了为他人工作  
失业或即将失业  
获得第二种弹性化的收入来源  
寻求更高尚的职业  
咨询业挑战测试  
回答问题  
分析你的得分  
采取行动的最佳时机  
职业因素

财经因素  
个人因素

第二章 咨询人员的职责

无处不在的咨询人员

咨询人员的职责

倾听

调查

分析

建议

促成变化

付诸实施

咨询人员的忌讳

趾高气扬

避重就轻

无中生有

贪多嚼不烂

眼大胜小

喜新厌旧

第三章 认清方向：选择一条适合自己的道路

评定你的好恶

什么是你真正喜欢去做的

什么是你真正讨厌去做的

评定你的技巧

什么是你真正擅长的

什么是你不很擅长的

评定的结果

你的想法有市场价值吗

谁会成为你的客户以及什么是他们的需求

你的公司能赢利吗

时机适合吗

你有资本吗

第四章 作出决定：向咨询业进发

采取行动

途中各站

从大公司到咨询公司，再到单枪匹马

兼职工作

专职工作

落实一笔大合同

全身心地投入

如何知道你是否准备好了

试试水温

和正在从事你希望做的事的人交谈

从小事做起

评定结果

第二部分 咨询程序

第五章 确定问题和书写计划书

与客户初期会谈的目标

与客户初期会谈的一些提示

向客户提出大量的问题

与客户建立合作伙伴关系

书写必胜的计划书

书信式计划书

叙述式计划书

第六章 数据、数据，到处都是数据

识别关键数据资源

在收集数据过程中取得客户的支持

小心！数据灾难就在前面

第七章 解决问题与开发建议

使所有的信息具有意义

分类并汇总数据

按时间顺序安排步骤和程序

寻找模式、趋向和主题

忽略并闲置题外数据

聚焦

解决问题的正确方法

开发你的建议

第八章 如实相告：提交你的建议

向客户反馈信息：创造条件

策划信息反馈会议

确定客户对建议的所有权

第九章 实施：使你的建议得以实施

必须要有计划

“该出手时就出手”

评估建议实施结果

第三部分 咨询技巧的要素

第十章 路是人走出来的，话是人说出来的：形象、名声和道德

创造职业形象

提高你的名声

你与道德，作出正确的选择

道德陷阱

确定个人的道德规范准则

第十一章 合理安排时间使工作有条不紊

这是你的时间——好好管理

决定“什么是真正重要的”

做一个合理安排时间的人

使工作有条不紊

工作有条不紊首先从你做起

使你有条不紊的方法

和你紧张的日程进度安排保持一致

科技含量低，但十分可靠的纸质日程表

领先一步的设备：每日计划表

计算机：既重要，又不太重要

第十二章 交流，交流，再交流

驾驭口头表达能力

适时提出恰当的问题

为什么要提出问题

怎样提出问题

倾听：是个双行道

书面表达

写什么

写好书面表达的七个步骤

第十三章 像专业人员一样：写报告，作汇报

提呈有影响力的书面报告的秘诀

两种基本的咨询报告

你只有一次留下第一印象的机会

你可以作很精彩的汇报

为汇报做准备

运用视觉辅助的艺术

你正在讲台上：作汇报  
第十四章 让网络技术为你服务  
保持联系  
电话之类的通讯设备  
传真机：必备的商务工具  
电子邮件：它是免费的（当然是某种意义上的）  
电脑，多多益善  
完成互联网的工作  
第四部分 创立自己的咨询事业  
第十五章 你的价值是多少——确立你的要价标准  
你对客户有多大价值  
为什么要雇用咨询人员  
你能在同等或更少的报酬下做好工作吗  
你是在推销劳务商品，还是在推销客户所需的方法呢  
用不同的方法确定你的费用  
按小时计酬  
按每项工作或每个项目计酬。  
按聘用定金计酬  
记住客户所要的价值  
变动你的酬金  
提价  
降价  
辩护  
第十六章 签订咨询合同：巧妙的舞步  
什么是合同  
合同的关键要素  
可解除合同的情况  
合同的类型  
口头合同  
书面合同  
合同谈判ABC  
谈判的筹划  
谈判的基本准则  
谈判结束  
第十七章 创建家中办公室  
在家办公：这种想法如何  
优点  
缺点  
你要做些什么  
着手建立  
家中办公室清单  
何时把你的家中办公室“推出”家门  
第十八章 记录时间和资金  
记录时间  
活动日志  
时间表  
给客户开账单收回酬金  
为客户开出账单  
索取欠款  
编制比较满意的预算  
预算分类  
编制预算  
预算数字的出处  
平衡预算

第十九章 提高效率：利用辅助性服务  
成功的关键：提高能力，集中力量做事  
职员

一个好的助手意味着一切

签订服务合同

什么时候长期工不是长期工，而是临时工时

虚拟办公室

办公新途径

租用一套行政办公室

其它办公选择

第五部分 营销业务

第二十章 发布信息：促销业务

人员推销

公共关系和宣传报导

广告

销售促进

第二十一章 与新客户建立业务关系

自我介绍

第一印象很重要

询问和倾听

向他们作自我介绍

绿灯还是红灯

逐渐去了解

建立良好的关系

帮助客户得其所需

奠定相互信任的基础

与客户面谈

可能还是不可能

权衡费用和收益

与谁面谈

在何处面谈

什么时候面谈

以多种方式与客户保持联系很重要

为下一步定出时间

感谢短信的艺术

通过写信、打电话，或发电子邮件保持联系

继续深入

第二十二章 与被介绍的人建立业务关系

判断一下，要谁为你介绍客户

与现有客户处理好关系

怎样得到被介绍来的客户

运用直接的方法

与客户保持联系

奖励为你推荐客户的客户

建立一个合同数据库

为别人介绍客户

与被介绍的客户保持联系

第六部分 成功咨询的十招与十忌

第二十三章 用互联网营销咨询业务的十种方法

创建网页

引起他人注意

建立和进行链接

要有针对性地发送大量E-mail信息

涉足公告牌

给你的网址做广告  
建立自己的万维网域名  
成为一名在线服务论坛上的常见嘉宾  
参加咨询介绍服务  
建立一份邮寄名单  
第二十四章 咨询员爱犯的十大错误  
不专心听  
不能建立亲密关系  
被自负妨碍  
不灵活  
要价过高  
要价偏低  
只有一个大客户  
推掉工作  
把已有客户视为当然  
不能拓展本来业务  
第二十五章 使意向变为现实的十个技巧  
不要想当然地以为你的客户知道你能把工作干得最好  
帮你的客户规划出工作的各项规格  
了解你的竞争情况  
先与客户谈谈你的意向书  
亲自递交你的意向书  
准备好回答每一个问题  
出售你的资历  
提及你的业绩  
在条款上要具有灵活性  
跟踪调查要积极主动  
第二十六章 签署重大合同的十点建议  
要有耐心  
要有准备  
了解你的限制条件  
不要放弃得太太早  
要明确界定你工作的界限  
不要害怕说“不”字  
少说多听  
给谈判留出余地  
做好选择的准备  
以文字形式确认口头上的默契  
第二十七章 新型全业有效营销的十项策略  
选择你的目标  
发现什么是可行的  
利用客户成功的故事  
鼓励口头上的提及  
变成一种媒体的猎物  
聘请一位优秀的公关人员  
创办业务简讯  
提供免费样品  
对媒体要有反应  
即使你无力做这项工作，也要帮助客户  
第二十八章 建立业务关系的十种方法  
要准时并在预算之内  
预料到客户的需要并提出解决的方法  
要易于合作  
保持联系

要诚实讲道德  
给予超过你所承诺的  
请求证明和推荐  
提供动力  
告知你的客户  
做好工作  
译者后记  
• • • • • ([收起](#))

[如何做好咨询\\_下载链接1](#)

## 标签

咨询

如何做好咨询

郭宝华

经济管理

方法

心理学

sdf

gfs

## 评论

fsfg

---

[如何做好咨询 下载链接1](#)

书评

-----  
[如何做好咨询 下载链接1](#)