

像德鲁克一样做咨询



[像德鲁克一样做咨询_下载链接1](#)

著者:威廉·科恩 (William A. Cohen)

出版者:机械工业出版社

出版时间:2017-3-1

装帧:平装

isbn:9787111562191

本书是团队通力合作翻译的结晶。朱航涛、王旭芳以及浙江师范大学经济与管理学院的王燕芳、金华敏、张姣盈等参与了本书的翻译工作。其中应洪斌（第1章、第5章、第18章）、张娇盈（第6章、第8章、第9章、第11章、第12章、第13章）、金华敏（第2章

）、胡立琪（第2章）、王依雯（第3章）、梁鸿吉（第4章）、方雯（第7章）、朱航涛（第20章）、王燕芳（第4章、第15章、第16章、第17章和附录）、陈征（第10章、第14章、第19章）、王旭芳（部分案例）翻译了相应章节的初稿。

然后，应洪斌、陈征、张姣盈、苗红意对各章节初稿进行了审核和优化，并由浙江师范大学经济与管理学院的朱霞霞、胡彩玲、吕灵攀、胡旭莲、高祺婷、康李梓楠、黄惠青对审核后的稿件再次进行了检查和更正；最后，应洪斌负责本书翻译的统稿工作，并对全部译稿进行了最终的审定。

作者介绍:

目录: 译者序

前言

德鲁克的咨询业务

咨询师如何开启业务

刚开始时，我对咨询一无所知

与咨询有关的一门学术课程

本书所包含的内容

注释

第1章 咨询业务

什么是咨询

咨询行业的规模有多大

为什么每个人都需要咨询师

是什么造就了杰出的咨询师

咨询师能赚多少钱

如何成为咨询师

小结

注释

第2章 如何赢得客户：直接营销方式

直接营销的方法

宣传册

小结

第3章 如何赢得客户：间接营销方式

基本的间接营销方式

公开演讲

寄送商务简报

加入各种专业协会

加入各种社会组织

写文章

写书

写读者来信

授课

举办研讨会

发布宣传文章

与非竞争性咨询师交换信息

小结

第4章 向公共部门推销咨询服务

政府需要各种各样的咨询服务

政府咨询

如何顺应政府潮流

政府咨询的营销顺序

小结

第5章 取得成功的初次会面
看起来和表现得像一位专业人士
如何与你的潜在客户产生共鸣
七个基本问题
做笔记
不要提建议
解读肢体语言
利用倾听的技巧
从面部表情识别出对方的情绪
在初次面谈结束后应该做什么
公司审查
识别图5-1中的面部表情
小结

第6章 如何撰写项目建议书
为什么必须要有书面建议书
如何撰写一份好的建议书
建议书的结构
小结

第7章 咨询服务的定价策略
定价策略和一些其他的考虑
收费方式
小结

第8章 咨询合同
为什么咨询合同是必需的
设计你自己的合同
契约义务的生成方式
合同的类型
合同的构成要素
合同范例
小结

第9章 咨询项目的规划与进度表
咨询项目的进展进度
开发计划评审技术图
小结

第10章 与你的客户谈判
美国政府的六步谈判法
意识到谈判中另一方的目标
做好准备：所有的合同谈判的关键所在
提防电话谈判
谈判计划
谈判的战术技巧
更多的谈判策略
一些常见的谈判提示
小结

第11章 如何轻松地解决客户问题
德鲁克的问题解决方法：被德鲁克自己都忽视了的的方法
界定核心问题
列出相关因素
列出备选方案
讨论和分析备选方案
列出你的结论
提出建议
查尔斯·本森的问题：一个案例研究1
查尔斯·本森问题的解决方法

解决问题的一些心理学技巧

小结

注释

第12章 如何进行咨询项目的调查工作

两种基本的调查方法

二手调查的信息来源

简单一手调查的例子

更复杂的调查项目以及如何开展复杂的调查项目

你可以调查任何事情

小结

注释

第13章 道德伦理在咨询中的重要性

商业道德：并非完全的泾渭分明

道德和法律并非是一件事情

咨询工作中与道德有关的一些典型难题

管理咨询学会的道德规范标准

小结

注释

第14章 专业报告的制作

报告的目的

成功的报告的五个关键点

克服舞台恐惧

回答问题

小结

第15章 计算机如何改变了咨询

建议书和桌面排版

投影胶片

管理你的业务

直接营销

纠正你的书写

命名你的产品或服务

做预测和计划

评估潜在的员工

市场调查

声控的文字处理软件

扫描文件和图片

即时交流

阅读材料推荐

小结

第16章 互联网和咨询

什么是互联网

如何上网

网上调查

网上营销

建立好自己的网站后，下一步该做什么

你该如何在互联网上营销

小结

注释

第17章 如何经营咨询公司

为你的咨询公司选择法律架构

其他的一些法律要求

纳税义务

其他的一些有用信息

小结

第18章 为你的客户开发战略
为什么我推荐的战略方法是不一样的
准则、资源及情境变量
案例：攻击市场领导者的顶级产品
科学地运用准则
小结
注释
第19章 如何领导咨询团队
为什么团队能起作用
如何领导一个咨询师团队
识别团队的发展阶段
小结
注释
第20章 个人咨询：顾问和教练服务
什么是教练
教练服务的类型
教练服务是如何形成和发展的
怎样开展教练服务
学会成为一个教练员
教练费
推广你的教练服务
小结
注释
后记
附录A 可供咨询师使用的参考书
普通咨询
为政府展开咨询工作
小型企业和咨询公司市场营销
咨询师的问题解决方案
猎头相关书籍
商业简报和杂志
对咨询有帮助的网络资料
附录B 咨询师的宣传册范本
附录C 咨询师的调查问卷和审核
第一部分 组织机构
第二部分 生产（用于制造商）
第三部分 市场服务
第四部分 产品
第五部分 市场调研
第六部分 市场划分
第七部分 价格
定价清单
第八部分 分销
第九部分 销售
第十部分 广告
第十一部分 促销
第十二部分 公共关系
第十三部分 运营管理
第十四部分 财务清单：你的盈利状况
第十五部分 参考资料
附录D 咨询师协会
• • • • • (收起)

标签

管理咨询

管理

方法论

德鲁克

咨询

美国

威廉·科恩

评论

一般吧，都是比较浅操作层面的事情，我还以为是教人怎么做咨询的。

一本咨询师入门指南，但更多的适合国外，国内只能作为些许参考

口水书，就最后的问卷还行。

可以翻一翻的书

2018/02/19-02/23在读，本书侧重商业咨询的方方面面，对于我现在读此书有点太早。
收获，一个可以跟别人达到即时默契的方法：
镜像和匹配，无意识地去模仿对方的语调，表情，动作和姿势。

如果想要学习consulting的实务就算了 基本上找不到

[像德鲁克一样做咨询_下载链接1](#)

书评

[像德鲁克一样做咨询_下载链接1](#)