

สารบัญ

ส่วนที่ 1 หลักการขาย	20
ตอนที่ 1 ทวิตที่เปลี่ยนโลกของผม	23
ทวิตนั้นเริ่มต้นทุกสิ่ง	24
เมื่อตัวตนในเว็บของคุณนำหน้าคุณไปไกล	29
โลกของผมเปลี่ยนไปด้วยการทวิตเพียง 1 ครั้ง... หรือเปล่า?	32
ตอนที่ 2 สิ่งที่อยู่ในฐานข้อมูล	38
การขายแบบ Database กับ การขายแบบ Data-Based	40
การขายที่ไร้ประสิทธิภาพ	42
การติดตามลูกค้าแบบโบราณ	46
รู้ได้อย่างไรว่าไม่รู้อะไร	51
หยุดใช้เพียงกลไกแบบเก่า	55
ตอนที่ 3 ผู้ซื้อที่ชอบเรียนรู้ด้วยตัวเอง	63
เทรนด์ 4 อย่างที่เปลี่ยนยุคสมัย	65
การซื้อขายตรงจากบริษัทถึงผู้ใช้	70
การขายสินค้าบริษัทต่อบริษัท	72
โอกาสในการขายแบบออนไลน์	76
เมื่อครุ่นนี้ยังอยู่ อีกสักพักอาจไม่เห็นแล้ว	79
ตอนที่ 4 วิสัยทัศน์ของร้านกล่องเล็กๆ	88
ใครคือ Adorama	84
เครื่องจักรการตลาดของ Adorama	86

Adorama TV	89
มาตรฐานของ Adorama TV	92
สร้างความสัมพันธ์กับเนื้อหา	96
การตลาดของ Adorama	100
Adorama บรรลุ Invisible Sales ได้อย่างไร	102
ตัววัดความสำเร็จ	107
คำแนะนำของไบรอัน	110

ส่วนที่ 2 การสร้าง Invisible Sale 114

ช่วยสร้างการขาย	116
พลังการขายของโซเชียล	118
พลังของความสัมพันธ์	119
เวทีการเสาะหาลูกค้า	120
ทำให้ทุกการติดต่อมีความหมาย	121
การสำรวจโซเชียล	122

ตอนที่ 5 การขายกับการช่วยเหลือ	124
การช่วยเหลือที่นำไปสู่การซื้อ	125
ผู้ซื้อต้องการคำตอบ	127
ลูกค้ารู้จักความอยาก แต่ไม่รู้จักความต้องการ	129
คุณต้องให้ก่อน จึงจะได้รับ	131
การช่วยเหลือง่ายกว่าการขาย	133
ผู้คนเชื่อถือผู้เชี่ยวชาญ	138
ช่วยให้ลูกค้ารู้สึกว่าเขาต้องการคุณ	142
โลกนี้ยังมีพื้นที่สำหรับให้ช่วยเหลืออีกมาก	144

ตอนที่ 6 นายหน้าสังคม	148
นายหน้าที่ดีคือพลังที่ยิ่งใหญ่	150
พลังของนายหน้า	153
นายหน้าต้องการที่จะช่วยเหลือ	155
นายหน้าที่ดีเป็นอย่างไร	158
อะไรสำคัญกว่า นายหน้า หรือ ลูกค้า	160
ตอนที่ 7 ความสัมพันธ์	162
ความสัมพันธ์ทางการตลาด	168
ความสัมพันธ์ทางด้านจิตวิทยา	172
ความใกล้ชิดคือหน่วยวัด TOMA แบบใหม่	172
จาก TOMA สู่ TOMP	175
การฝึกความสัมพันธ์	177
สิ่งกีดขวางการสร้างความสัมพันธ์	180
สูตรในการสร้างความสัมพันธ์	182
ตอนที่ 8 หาลูกค้าด้วยการกระดิกนิ้ว	184
สร้างฐานที่มั่น	187
ออกแบบฐานให้เป็นพื้นที่สมบูรณ์	189
อธิบายสิ่งที่ชัดเจน	196
อธิบายสิ่งที่ไม่ชัดเจน	197
Step 1 : การฟังผลตอบรับจากสังคม	198
Step 2 : การฟังสื่อแวดล้อม	202
Step 3 : ใช้การวิจัยขั้นพื้นฐาน	204
Step 4 : จัดอันดับความสัมพันธ์	206

พื้นที่แบบปิดและแบบเปิด	208
ปรับปรุงที่มั่นของคุณ	211
สร้างแผนที่ความสัมพันธ์	213
สร้างกลยุทธ์เกล็ดขนมปัง	216
ตอนที่ 9 ทำให้ทุกการติดต่อมีความหมาย	218
โปรแกรมการใช้อีเมลในการตามพฤติกรรม	220
ทำไมการใช้อีเมลติดตามถึงได้ผล	221
กรณีศึกษาของการติดตามจากอีเมล	222
ขั้นแรกของการติดตามจากอีเมล	227
นิสัยของลูกค้า	228
ลักษณะนิสัยของลูกค้าในการใช้เว็บไซต์	231
โปรแกรมการรวบรวมข้อมูลลักษณะนิสัยของ Advent Global	234
ตอนที่ 10 การขายผ่านสื่อ	236
การขายผ่านสื่ออื่น ๆ สำคัญที่การหว่านเสน่ห์	238
คุณจะสร้างเสน่ห์ได้อย่างไร	239
รับฟังลูกค้าของคุณผ่านสื่อออนไลน์	241
นियามการเข้าถึงของการขายผ่านสื่อ	243
การพัฒนาแบรนด์ของคุณ	245
ข้อควรระวังของโซเชียล	249
วิธีการเข้าหาโซเชียล	251
ทำให้ผู้คนนั้นรู้สึกอยากติดตาม	254
6 วิธีในการเริ่มเครือข่ายการขาย	259

ส่วนที่ 3 สร้างบทความของคุณ 264

ทำให้มันพอดีพอดี	267
รูปแบบการสร้างบทความ	269
ความมุ่งมั่นและการใส่ใจ นำมาซึ่งความสำเร็จ	272

ตอนที่ 11 การสร้างสรรค์วิดีโอ 274

ใช้อุปกรณ์ให้เป็น	276
เริ่มต้นที่เนื้อเรื่อง	278
วิดีโอสร้างความสัมพันธ์ได้	280
สร้างสรรค์วิดีโอที่ดีขึ้น	282
กล่องสำหรับการสร้างวิดีโอ	285
วิธีตัดต่อวิดีโอฉบับตั้งโต๊ะ	287
กรณีศึกษาเพื่อการสร้างวิดีโอแบบบ้านๆ	289
แอปพลิเคชันสำหรับการสร้างสรรค์วิดีโอบนมือถือ	291
แอปพลิเคชันที่ใช้ตัดต่อวิดีโอในมือถือ	293

ตอนที่ 12 สร้างสรรค์ภาพถ่าย 296

การวิจัยเพื่อสร้างสื่อภาพแบบทันสมัย	303
วิธีถ่ายภาพที่ดีที่สุด	305
การเลือกเลนส์	308
แสง	310
สร้างอุปกรณ์การถ่ายภาพที่ทรงพลัง	312
โปรแกรมปรับแต่งภาพ	314
แอปพลิเคชันถ่ายภาพในมือถือ	316

ตอนที่ 13 สร้างสรรค์ไฟล์เสียง	320
ใช้สื่อจากเสียงเพื่อทำตลาด	321
ประโยชน์ของ Podcasting	325
ประเภทที่แตกต่างกันของ Podcasts	327
องค์กร Podcasts	328
การ Podcast รูปแบบเดิม	330
เคล็ดลับความสำเร็จของการ Podcasting	333
ทำการสำรวจด้วยการ Podcasts	334
เริ่มหา : อุปกรณ์และซอฟต์แวร์	337
สร้างสตูดิโอถ่ายทำแบบเคลื่อนที่	341
ตอนที่ 14 สร้างบทความ	344
พูด กับ พิมพ์	345
เขียน 1 ครั้ง ต้องไม่เกิน 1,000 คำ	348
ใช้การสัมภาษณ์เพื่อสร้างบทความ	350
รูปแบบการเขียนอย่างมีระเบียบ	352
โครงสร้างบทความ	355
ทำลายความยากลำบากของอาการสมองว่าง	359
ขณะเขียน	
วิธีและตัวเลือกของการสร้างบทความ	361
e-Book	363
White Paper	364
บล็อกโพสต์	365

ตอนที่ 15 การบันทึกการสัมมนา และ การแนะนำสินค้าผ่านสื่อวิดีโออย่างสร้างสรรค์	370
5 วิธี ทำ Webinars ให้ได้ผล	372
จะบันทึก Webinar ของคุณได้อย่างไร	376
จะบันทึก Webinar ด้วยสมาร์ตโฟนได้อย่างไร	378
วิธีการแปลงเสียงที่คุณอัดไว้ให้เป็นไฟล์ MP3	381
วิธีเชื่อมต่อไฟล์เสียงและสไลด์สำหรับ Webinar	382
สร้างวิดีโอสาธิตการใช้สินค้า	386
วางแผนให้กับสินค้าตัวอย่าง	387

ตอนที่ 16 การสร้างกรอบงานด้วยวิธี ที่เรียกว่า Cornerstones (หินฐาน) และ Cobblestones (หิน กรวด)	390
อธิบาย หินฐาน และหินกรวด	392
การเปลี่ยนวัตถุประสงค์ของบทความ	395
กรอบของหินฐานและหินกรวด	397
ความสำคัญของระบบนิเวศ	401
ศิลปะการโพสต์ลงบนบทความหรือบล็อกของเพื่อนบ้าน	405
กรณีศึกษา Invisible Sale	411

ส่วนที่ 4 ปิดการขาย **416**

ตอนที่ 17 ปิดการขาย	418
ทำลายสิ่งๆที่เรียกว่า The Invisible Close	419
เมื่อการขายแบบเดิม เจอกับการขายแบบใหม่	421
การใช้สื่อออนไลน์ในการปิดการขาย	426

การขายแบบออฟไลน์	431
การผสมผสานสองวิธีเข้าด้วยกัน	434
การขายแบบไฮคิโด	438
บทส่งท้าย	442