

## فهرست

بخش اول چرا مشتری خرید می‌کند؟ ..... ۱۱

---

فصل ۱ مشتری‌ها به چه می‌اندیشند؟ ..... ۱۳

فصل ۲ مشتری‌ها واقعاً چه می‌خواهند؟ ..... ۳۷

فصل ۳ مشتری‌ها چه برداشتی از ارزش و مخاطره دارند؟ ..... ۶۱

فصل ۴ علت و معلول ارزش تجاری ..... ۹۳

فصل ۵ ارزش برقراری رابطه با مشتری ..... ۱۲۵

بخش دوم مشتری چگونه خرید می‌کند؟ ..... ۱۵۱

---

فصل ۶ بازنگری در تعریف فرایند فروش ..... ۱۵۳

فصل ۷ شالوده تصمیم خرید ..... ۱۷۱

فصل ۸ مهندسی معکوس فرایند خرید ..... ۱۹۷

فصل ۹ سوق دادن فرایند خرید به رده‌های بالاتر ..... ۲۳۳

فصل ۱۰ تسریع فرایند فروش ..... ۲۶۱