

Оглавление

ЧАСТЬ I. ЧЕЛОВЕК ПОКУПАЮЩИЙ	9
Глава 1. Ложные и истинные потребности	11
Глава 2. Искажения в обработке информации	44
Глава 3. Ошибки в принятии решений	89
Глава 4. Социальное влияние – следование законам стаи	122
Глава 5. Психология обмана	154
ЧАСТЬ II. ЧЕЛОВЕК ПРОДАЮЩИЙ	181
Глава 6. От идеи до первых продаж – трудности роста	183
Глава 7. Заманчивое предложение – психология привлекательности	212
Глава 8. Встреча с покупателем – техники влияния.....	256
Глава 9. Магия слов – психология убедительного общения	286
Глава 10. Социальные животные – лидер и его команда	322
Глава 11. Настоящее и будущее – психология стратега	356
ЧЕК-ЛИСТ. ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ИНЖЕНЕРИЯ БИЗНЕСА	391
Алфавитный указатель	395