

فصل ۱: درک پتانسیل ها

۲۰	درک پتانسیل برای تولید انرژی و فعالیت
۲۲	پتانسیل یعنی تمرکز روی داشته های پنهان
۲۸	اشتباهات و رویدادهای تکرارشونده
۲۹	راهکارهای کشف و افزایش پتانسیل

فصل ۲: خلق سیستم

۵۹	ویژگی های یک سیستم
۶۳	اهداف سیستم سازی چیست؟
۶۵	نیازهای اولیه برای خلق سیستم
۶۶	چه جاهایی می شود سیستم سازی کرد؟
۷۰	پنج مرحله سیستم سازی
۷۷	بهینه سازی و اهرم سازی
۸۲	چهار اهرم اصلی در کسب و کار

فصل ۳: خلق ارزش

۹۸	پنج گام برای ساخت ارزش پیشنهادی
۱۰۱	ارزش چیست؟
۱۰۵	ارزش درک شده توسط مشتری (CPV)
۱۰۶	ارزش طول عمر مشتری (CLV)

۱۱۵	طراحی ارزش‌های مهم کسب‌وکار
۱۲۴	چابکی سازمانی
۱۳۵	چگونه یک سازمان چابک بسازیم؟
۱۴۷	راهنمایی و آموزش
۱۴۷	ارائه و پیگیری
۱۴۸	ارزش مورد انتظار از فرایندها
۱۴۹	ارزش مورد انتظار از کارمندان
۱۴۹	ارزش مورد انتظار از کانال‌های ارتباطی
۱۵۰	ارزش مورد انتظار از سخاوت
۱۵۱	ارزش مورد انتظار از انصاف
۱۵۳	ارزش مورد انتظار از نوآوری
۱۵۴	چهار دسته اساسی در خلق ارزش برای مشتری
۱۵۵	ساخت ارزش پیشنهادی در پنج گام

فصل ۴: برتری استراتژی

۱۶۷	برتری استراتژی چیست؟
۱۶۹	استراتژیست کیست؟
۱۷۰	سه عامل کلیدی موفقیت در کسب‌وکار
۱۸۰	تفکر استراتژیک
۱۸۱	تفاوت استراتژی و تاکتیک
۱۸۳	مهارت‌های تفکر استراتژیک

۱۸۹	اقدام استراتژیک
۱۹۶	محصول استراتژیک
۱۹۸	نکات مهم برتری استراتژی
۲۰۶	کشف شایستگی‌ها
۲۰۶	رقابت
۲۰۷	طراحی محصول استراتژیک

فصل ۵: برندسازی

۲۱۵	سه عنصر اصلی در برندسازی بیزنس مستری
۲۱۶	فلسفه وجودی برند
۲۲۰	چشم‌انداز برند
۲۲۲	چک‌لیست نوشتن بیانیه چشم‌انداز برند
۲۲۸	ارزش برند
۲۳۰	وعده برند
۲۳۲	جایگاه‌سازی برند
۲۴۱	نام برند
۲۴۸	شخصیت برند (آرکتایپ)
۲۵۴	هویت بصری
۲۶۳	اثر رنگ در برندسازی
۲۷۲	هویت کلامی برند
۲۷۴	بسته‌بندی برند

۲۷۵	طراحی پیام برند
۲۷۵	طراحی شعار تبلیغاتی
۲۷۹	چک لیست طراحی شعار تبلیغاتی
۲۸۲	داستان برند

فصل ۶: بازاریابی

۳۱۴	بازار دنبال ما بیاید یا ما دنبال بازار برویم؟
۳۱۵	تعریف بازاریابی از نظر انجمن بازاریابی آمریکا
۳۱۵	تعریف بازاریابی از نظر فیلیپ کاتلر (پدر علم بازاریابی نوین)
۳۱۵	تعریف بازاریابی از نظر دکتر احمد روستا (پدر بازاریابی ایران)
۳۱۶	قول سه جمله‌ای
۳۱۷	اهمیت بازاریابی برای کسب و کارها
۳۱۸	سندروم نزدیک بینی
۳۱۸	سندروم آنتون
۳۱۹	اگر بازار را به چنگ خود درنیاورید، به چنگ آن خواهید افتاد
۳۲۰	چهار اصل تسلط بر کسب و کار
۳۲۹	به حداکثر رسانی
۳۳۶	چرا می‌گوییم تقاضا مهم است؟
۳۴۲	هفت عنصر تعیین کننده بازاریابی
۳۶۶	مردم
۳۷۴	فرایند

۳۷۸	قیف CATT در بازاریابی دیجیتال
۳۸۰	بازاریابی محتوا
۳۹۰	استراتژی بازاریابی محتوا چیست و چگونه انجام می‌شود؟

فصل ۷ : فروش

۴۰۰	مشتری
۴۰۱	هر مشتری پرداخت‌کننده، مشتری شما نیست
۴۰۲	اسکرها چه چیزهایی هستند؟
۴۰۳	چه کسی «مشتری اصلی» است؟
۴۰۴	مشتری‌یابی
۴۰۵	چه کسی در پی چه کسی است؟
۴۰۶	چرا فروش هم در مشتری‌یابی نقش دارد؟
۴۰۷	چه طور مشتری‌یابی کنیم؟
۴۱۵	سفر مشتری
۴۱۵	نقشه سفر مشتری
۴۱۸	بوم سفر مشتری
۴۲۳	حفظ مشتری
۴۳۶	مدل کسب‌وکار انسان محور
۴۳۷	اصل غافل‌گیری
۴۴۰	اصل جبران
۴۴۲	استراتژی‌های نهایی مراقبت از مشتری

۴۴۳	نرخ حفظ مشتری را چگونه اندازه بگیریم؟
۴۴۴	فروشنده
۴۴۴	آمادگی و نگرش
۴۴۴	نگرش چیست؟
۴۴۸	همه ما فروشنده هستیم
۴۴۸	بوم توسعه و تسلط توانایی‌های فروشنده حرفه‌ای
۴۹۱	فروش
۴۹۱	سیستم فروش
۴۹۲	به حداکثر رساندن خروجی‌ها
۴۹۳	ساده‌سازی فرایندهای قبلی (اثر بازخورد)
۴۹۳	قابلیت تکرارپذیری
۴۹۴	قابلیت انعطاف در برابر توسعه و گسترش
۴۹۴	خوداصلاحی

فصل ۸: جذب، مصاحبه و استخدام

۵۰۰	همه سازمان‌ها به یک اندازه جذاب نیستند
۵۰۱	بازاریابی استخدام سه مرحله دارد:
۵۰۲	سازمان‌ها چگونه محیط‌های کاری رقابت‌پذیری برای جذب مستعد‌های سازند؟
۵۰۶	سازمان‌ها چگونه نیازمندی‌های شغلی را برای جذب افراد مستعد پیدامی‌کنند؟
۵۱۲	طراحی شغل
۵۱۹	استخدام

۵۲۳	روش های استخدام
۵۲۸	چه طور یک آگهی استخدام متقاعدکننده بنویسیم؟
۵۳۰	مصاحبه شغلی
۵۳۱	چرا اشتباه استخدام می کنیم؟
۵۳۳	قبل از مصاحبه
۵۳۵	حین مصاحبه
۵۴۶	بعد از مصاحبه
۵۴۸	آزمون
۵۵۴	پاسخ نامه

فصل ۹ : تیم سازی

۵۶۰	چرا باید تیم سازی کرد؟
۵۶۸	مهارت یا موقعیت؟
۵۶۹	از هم افزایی تا هم آفرینی
۵۷۲	آن چه برای ساخت تیم نیاز دارید:
۵۸۵	چه تیم هایی باید بسازید؟
۵۹۳	تیم سازی
۶۰۲	تست روحیه فردی

فصل ۱۰: مالی و سود

- ۶۲۰ نرم افزار مالی برای غلبه بر سوابق دستی
- ۶۲۱ چک لیست نیازسنجی (و عیب یابی) نرم افزار حسابداری در کسب و کار
- ۶۲۲ آیا نرم افزارهای مالی فقط ابزاری برای ذخیره سازی داده ها هستند؟
- ۶۲۷ سوالاتی که قبل از خرید نرم افزار باید به آن ها توجه کنید
- ۶۳۱ تفکر مالی
- ۶۳۷ الگوهای مالی
- ۶۹۲ نسبت های مالی ترازنامه
- ۶۹۵ نسبت های نقدینگی
- ۶۹۷ نسبت های فعالیت
- ۶۹۹ نسبت های سودآوری
- ۷۰۱ نسبت های اهرمی
- ۷۰۵ نکات مهم در مدیریت مالی و سودآوری