

کتاب حاضر راهنمای کاربردی و عملی جهت درک نیاز و کیفیت فرآیند تصمیم‌گیری خریدار است. کسب آگاهی و آنچه که در مفاهیم روانشناختی دادوستد از آن به عنوان بصیرت یاد می‌شود، در واقع فراگیری روشی جهت ورود به ذهن مشتری است.

مخاطبان کتاب پیش‌رو می‌تواند شامل همه اهالی دادوستد و امور بازرگانی باشد که به فروش و سودآوری بیشتر می‌اندیشند.

### **فهرست مطالب:**

فصل اول: تصمیم‌های مشتری و افرادی که آنها را اتخاذ می‌کنند درک نمایید

فصل دوم: بر بینش‌هایی که تصمیم‌های بازاریابی را هدایت می‌کنند، تمرکز کنید

فصل سوم: تصمیم بگیرید که چگونه بصیرت‌های مربوط به پرسونای مشتری را کشف کنید

فصل چهارم: مجوز گرفته و مصاحبه با مشتریان را برنامه ریزی کنید

فصل پنجم: مصاحبه‌های اکتشافی با مشتری انجام دهید

فصل ششم: از مصاحبه‌هایتان، بصیرت‌های خرید را استخراج کنید

فصل هفتم: تعیین کنید که چه تعداد پرسونای مشتری نیاز دارید

فصل هشتم: در مورد آنچه می‌خواهید به مشتری بگویید تصمیم‌گیری کنید

فصل نهم: فعالیت‌های بازاریابی را طراحی کرده تا سیر حرکتی مشتریان را آسان نمایید

فصل دهم: فروش و بازاریابی را به منظور کمک به تصمیم‌گیری مشتری تنظیم نمایید

فصل یازدهم: با نگاهی به آینده، با کم کار را شروع کنید