

<<无敌销售团队>>

图书基本信息

书名：<<无敌销售团队>>

13位ISBN编号：9787111273882

10位ISBN编号：7111273885

出版时间：2009-7

出版时间：机械工业出版社

作者：霍姆斯

页数：234

译者：庞晓鸿

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<无敌销售团队>>

前言

现代商业环境的缩影：· 每3分钟就有一家公司倒闭· 每32秒就有一个管理层人员发生变动· 96%的公司10年内就会倒闭· 市场上每年会出现26 000种新产品和新品牌· 有16%~30%的消费者因为广告而改变对原有品牌的忠诚· 74%的消费者会购买自己喜欢的品牌以外的产品· 29%的消费者不读报纸过去的15年里，在与上千家公司（其中60%是世界500强企业）共同工作的过程中，我发现向消费者介绍产品的平均成本增长了三倍。

如果在15年前，成本是100美元，现在就是300美元。

成本增加的原因在于主要的广告媒介，包括电视、广播和报纸在内的这些传播手段的渗透力度减弱了。

虽然有更多的电视和广播可以选择，但是你想要覆盖的大量的受众群体，原来通过一种媒介就能完成，现在却分散到了上百个媒介渠道中。

类似卫星广播和TiVo（数字录像设备）这样的新技术的出现，让消费者彻底摆脱商业广告成为可能。所有这些都意味着：要影响消费者已经变得越来越难了，同时，我们所处的市场环境充满了激烈，甚至恶意的竞争。

<<无敌销售团队>>

内容概要

这本书是所有商务人士都应该读的。

切特在书中提到了商业运营的每一个重要部分，同时，他介绍了很多你可能从来没有听到过的信息。

你永远也不会认为切特的观点很没有深度。

本书拥有深刻的见解、至关重要的细节信息和个人实践经验，这有别于你在图书馆和书店里看到的那些。

本书的宗旨就是让你学习如何在公司中建立掌控力，让你的公司成为最好的、盈利能力最强的、运转顺畅的公司。

你将会学到掌握全局的三个关键领域：市场营销、管理和销售。

精通这三个领域对于让你的公司像一台机器那样正常运转是必需的。

<<无敌销售团队>>

作者简介

切特·霍姆斯，企业培训师、战略规划家、商业增长领域的专家和演说家，曾为上百个行业设计过广告营销活动和销售系统，被誉为“美国最伟大的商业增长模式专家”。

他曾帮助很多公司在激烈的市场竞争中脱颖而出。
他的理论始于一个简单的概念：集中！
集中在少数必要的

<<无敌销售团队>>

书籍目录

致读者推荐序前言导言第1章 五分钟管理一天——如何最大化每个人的工作效率第2章 不培训，就淘汰——用培训促进盈利第3章 善用头脑风暴——定期召开有效的讨论会第4章 战略决定成败——成为杰出的战略规划家第5章 明星员工是这样炼成的——快速增长不再是梦想第6章 赢得最佳顾客的艺术——以最低成本快速提高销售的方法第7章 市场营销的7种武器——全面颠覆市场营销的各个层面第8章 眼球经济——激发顾客的购买冲动第9章 拿下你的最佳顾客——逐步走近“梦想”客户第10章 精炼销售7步骤——过程决定结果第11章 完美跟进10步法——如何永久地留住客户第12章 启动——设定目标、评估效果，激活潜能致谢参考文献

<<无敌销售团队>>

章节摘录

插图：第1章 五分钟管理一天——如何最大化每个人的工作效率刚刚开始意识到“看管好”时间是多么重要的时候，我正在为亿万富翁查理·莫格尔打工——管理他的9家分公司。

我当时的工作状态可以描述如下：我一周工作7天，每天在办公室工作10~12个小时。我尝试着雇用最聪明、积极进取，并且极具创造力的员工，希望他们会不断地提出新的想法、措施或点子。

我需要同时面对22个来自不同部门的报告，可谓五花八门——后来我才知道，一个人根本无法同时应对6个以上部门的直接报告——它们几乎让我狼狈不堪！

我不断地解决各种各样的突发问题，像救火队员那样疲于奔命，总是处于一种被动的、往复的工作状态中。

我的工作经常被琐事打断，大大小小的事情都需要过问。

为了保证9家公司的每项业务都能正常运转，我不得不将那些需要灵感的创造性工作带回家去做……这种情形延续了一段时间后，我的时间变得非常少——虽然我的一天也是24个小时。

我意识到，有必要去学习如何有效地管理时间了。

这种感觉变得越来越紧迫，病急乱投医，我报名参加了一个时间管理课程。

在这堂让人不敢恭维的课上，老师给每人发了一个表格，要求每个学员列出未来3个月内的计划——如何安排时间，并在随后的3个月内，检查自己实际做的事情和这个计划有哪些出入。

根据这些“出入”，我们就会很轻松地知道到底是在哪儿浪费了时间。

作为一个打理9家分公司的人，如果真的有时间和闲心去“跟踪”3个月、将近100天的工作计划的实施情况，我又何必来上课呢？

这所谓的“时间管理课程”显得十分荒诞。

于是20分钟后，我站起来，离开了教室。

但显然，如何“看管好”时间的问题仍旧困扰着我，让我不得不独立地去思考这件“事关成败”的难题。

经过这些年的思考和实践，我将如何“看管好”时间总结为6步——它们只需要五分钟的时间。很多人（那些坚持跟踪3个月的计划，并认为自己没有时间的人）是不会相信这点的。

而显然，好的时间管理方法，首先要做到“自律”——不能再浪费更多的时间了！

第1章为什么这么简短，就是这个原因。

接下来，我将详细地介绍时间管理的6个步骤，它们很简单，你很快就能掌握其精髓。

并且一旦将这事半功倍的“6步”付诸实施后，你会很快发现工作效率大大地提高了，可谓立竿见影——花五分钟写下每天的“时间规划”，然后严格按照“时间规划”做事；与此同时，让你的员工们也立即行动起来。

这样做的效果相当不错！

此外，在工作中你是被那些随时都会出现的问题拖了后腿，还是主动地在“事发”之前做好计划呢？多年的经验告诉我，大多数的商务人士是不会花时间做计划的，因为他们所有的时间都用来处理那些已经“步入正轨”的业务，同时不断地充当“救火队员”，解决永远不会消失的突发事件。

这正是大多数商务人士和企业的发展瓶颈。

若想要公司的业务（尤其是销售）突飞猛进，一个必要、主动、有计划并具有前瞻性的工作模式是不可或缺的。

换句话说，管理好时间是突破瓶颈的终南捷径。

如果突然有一天你“有幸”去管理、运营一家资产高达500亿美元的公司，应该怎样使用有限的时间呢？

显然，那些大公司CEO的一天绝对不比任何人的长，关键是谁能更好地利用这有限的24小时。

在时间使用方面，他们首先必须是绝对的专家；其次，还需要建立一套系统的管理模式和方法，将有效的管理方法无限制地拷贝，并把它传递出去，确保公司的每一个人都能熟练应用这些技巧。

一旦懂得了如何运营数十亿或更多资产公司时间管理的诀窍，在销售管理，以及如何带领公司、部门

<<无敌销售团队>>

以最高的效率工作方面，就不会再有任何困扰了。

告别“一分钟经理”你或许曾被人称为“一分钟经理”。

其实，我也是。

在公司，我办公室的门如同超级市场的入口，会被不同的人因为不同的需求打开，然后诚恳地问我，是否可以给他们一分钟的时间。

看看他们的脸色，事情都似乎是十万火急。

而事实上，整个公司都在被这“一分钟”挟持着。

任何人都可以随时向同事或主管要“一分钟”。

每个员工整天都处在一种被动地回应别人需求的工作状态中。

尽管我在一年多的时间里，成功地让每家分公司的业绩都提升了很多，但是我却无法全权地使用我自己的时间——甚至在夏威夷的海滩上，一天里也会收到十几份传真（电子邮件出现之前，它绝对算得上“时间杀手”）。

反之，情况则大有不同：在有事情需要和老板开会讨论的时候，我要做的第一件事情是给他的秘书打个电话，约好见面的时间。

接下来，要做的就是准时参加会议，并做好充足的会前准备。

这样做的结果是，一切都是可预期的、被提前安排好的，而问题会被顺利地解决。

可见，按计划做事是多么精准和高效。

此前的某一天，我突然被一个问题困扰：如何控制自己的时间和员工的工作效率。

这样，在每天工作12个小时、不停地派送“一分钟”、周末也工作的状态持续了几年后，我意识到，是时候结束这种状况了。

要更成功地运营和管理这些公司，我必须让更多的事情按着我的计划和安排进行，减少无谓的重复，不再被动回应突发事件。

因此，我给所有的员工写了一封信，决心告别“一分钟经理”的日子。

信是这样写的：致全体同仁：我有一个小小的要求，从今以后，请不要再走到我的门前，问我是否可以给出一分钟的时M了。

因为答复是肯定的：没有。

除非紧急情况，请把你所有的想法、意见、建议，或者不紧急的事情都留到每周的例会上解决。

另外，每天我会在门口贴一张“一分钟”申请表，一天只有两个人可以获得这个机会。

如果你的想法不能等到周例会上再说，请你在门口的“一分钟”会议表上写下你的名字和具体的事项，若觉得可以，我会花10分钟的时间跟你交流。

谢谢！

当然，那些同事们提出来的难题仍然需要解决——只是把敲门的人打发走不能解决根本问题，那些突发事件仍悬而未决。

这时该怎么办呢？

我将那些对公司发展意义重大的业务分成9个板块，为每个业务板块每周专门安排一小时的会议。

要知道，任何一个业务板块都直接关系到公司的效益，尤其如销售、客服、产品研发、市场营销这些较为重要的业务。

若想提升、完善每个业务板块的能力和效率，每周拿出一小时的时间，专门处理这部分事务是必需的。

这样做的结果是，有了例会这个前进途中的“中转站”作为喘息的休整后，属于不同部门的每位员工，都能在例会后专心地投入到提高工作效率、增大产值中去。

建立了周例会制度后，我的团队就养成了把想法留到例会上去谈的习惯，而不再由着他们的性子随时敲我的门了，这真值得庆贺。

我把写有“给切特”的“一分钟”便笺贴在我的门上，以逸待劳；而我的员工则会根据轻重缓急决定是到我的门口填表，还是把需要解决的事情记下来，等到例会的时候再与大家探讨。

我清楚地记得，写给员工的信是周四发出的，而就在那个周五，没有一个人因为“一分钟”的问题敲我的门。

<<无敌销售团队>>

要知道，这么多年来，这是第一次。

这时反倒是我难以适应这种不被打扰的清静了，我甚至不知道该如何使用整块儿的时间了。

一切就绪后，我终于能在办公室中集中精力做更有意义的事情了，也不再需要在晚上或者周末加班了。

主动权似乎又回来了！

但后来的事情告诉我，改变员工的习惯是需要时间的，这又给我上了宝贵的一课。

虽然周五没有人来打扰我，但是到了新一周的开始，公司简直乱成了一锅粥。

有人再次来到我的门前，想开个一分钟短会，我严肃地说：“不能等到例会再说吗？”

话已经说得很清楚了，我的语气甚至显得非常不耐烦，但他还是极力地试着让我关注他所说的事情，让我也做了一次“一分钟经理”。

我于是下定决心，要通过制定新的公司制度来扭转这种局面，一定要保住我得来不易的战果。

如果不这样，倘若我屈服并即刻进入讨论问题的状态，之前的努力和良好的愿望就功败垂成了。

此时，坚持和等待的品格非常重要。

这样做最大的收获是什么呢？

以往我每周耗费70~80个小时作重复劳动，现在则只花9个小时（每个业务板块一小时）就够了，有计划的运营、有效的管理使公司的业绩有所提升。

之所以能够实现这种转变，正是因为我先把影响公司发展的主要业务首先进行了分类，并按照既定的规章制度，为每个业务板块安排周例会。

因为会议变得更正式、更有组织、更注重结果，留给每个人的准备时间也更充分，所以比一分钟会议更有成效——事实证明，并非每件事都像描述的那么急迫，非要立刻解决。

不同业务部门的主要负责人都会参加例会，因此主要的问题和议程都能够在现场得到解决。

会后，不同项目的负责人则会按照会议讨论的结果去展开工作，并对项目的最新进展了然于胸。

为了使例会更有效果，我特别准备了9个便笺本，我会在上面不断地记录：本周做了哪些工作，下周例会之前计划完成哪些工作，谁是具体的负责人等相关信息。

这样，一切会在例会后有有条不紊地进行。

不过这其中需要注意的是，在安排任务的时候切忌急于求成，不要想“一口吃成个胖子”，而是不断地有小的收获！

如果一个部门按时召开例会，每周都能有一些小收获，那么一年下来，积累到的将是极大的收获！

对于大公司，影响发展的主要业务种类会很多。

我曾经帮助一个老板将影响其公司不断发展的业务分类，结果是17个。

这意味着他每周仅需要开17个小时的例会，公司就会按部就班地健康运行下去。

这对事务繁杂的公司来说，绝对是好办法。

要知道，在我没帮助这个老板做这些工作之前，他每周耗费的时间是70个小时。

而现在情况则变为：每周都会有新的决策，每件重要的事情都能在例会上得到解决，每个员工都快乐并有计划地工作，每位员工都觉得自己非常重要。

此时，我们可以回想一下，在对业务分类和召开周例会之前，试图通过“一分钟会议”解决工作上的问题，所耗费的精力和时间是多么的不值。

因此，对一个公司来说，首先最值得立刻开始行动的，是对业务板块进行分类，这也是最重要的第一步；而让整个公司养成在例会上集中解决问题的习惯，则是接下来促成每个业务板块不断成长的最佳选择！

<<无敌销售团队>>

媒体关注与评论

<<无敌销售团队>>

编辑推荐

《无敌销售团队:让业绩飙升的12个核心竞争力》由机械工业出版社出版。
全球1000多家知名企业 打造无敌销售团队的成功经验

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>