第一图书网, tushu007.com

<<赢取大订单>>

图书基本信息

书名：<<赢取大订单>>

13位ISBN编号：9787115179227

10位ISBN编号：7115179220

出版时间：2008-6

出版时间：人民邮电出版社

作者：陆和平

页数：184

字数：92000

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

内容概要

针对大客户销售难、大订单不易拿的问题，本书作者以其丰富的大客户销售经验，将大客户销售中的工作标准化、流程化、体系化。

本书以“大客户销售流程六步骤”为总纲，共分两个部分叙述，上半部分主要讲述大客户销售的策略，也就是大客户销售的方向性问题；下半部分主要讲述大客户销售的技巧，其中穿插大量的技巧运用实例。

本书尤其适合以下行业的大客户销售人员、项目销售人员、大客户经理、销售总监阅读：工业原料和原材料行业、大中型设备行业、建材和装饰材料行业、汽车和汽配行业、电气和自动化行业、IT信息行业、工程机械行业、移动通信行业等。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

陆和平，工业品和建材行业渠道管理与培训专家，对大客户销售和以技术解决方案为主的项目销售有独到见解和深入研究。
作为职业经理人，他有多家跨国公司职业实践，历任德国可耐福公司区域经理、南方大区经理和美国ITW公司全国销售总监和培训总监等职。
同时曾任上海联纵智达咨询

书籍目录

上部　大客户销售、管理策略篇　第1章　“销售流程”策略——大客户销售的系统方法　“收集信息，客户评估”阶段的主要工作内容和关键节点　“理清角色，建立关系”阶段的工作内容和关键节点　“技术交流，影响标准”阶段的工作内容和关键节点　“准备文件，参加投标”阶段的工作内容和关键节点　“商务谈判，签订合同”阶段的工作内容和关键节点　“合同收款，售后服务”阶段的工作内容和关键节点　“销售流程六步骤”总结　第2章　客户筛选策略——不要输在起跑线上　首先，你需要问自己4个问题　其次，确定用来评估客户风险的几个因素　再次，制定客户风险评估表　最后，按成交时间和销售风险(销售机会)对客户进行分类　第3章　关键人策略——说服关键人你就成功了一半　第4章　关系策略——“关系”真的无所不能吗　关系营销到底是什么含义　与客户建立相互信任的关系　客户的组织利益和个人利益　使你的利益与众不同　客户关系的4种类型和对策　第5章　技术壁垒策略——垒起一道竞争对手无法跨越的墙　影响客户采购标准的手段　有针对性地工作　实际工作中可能发生的3种情况　第6章　向高层销售策略——一个竞争对手不多的地方　第7章　谈判技巧——卖得更多和卖得更高一样重要　第一，谈判前的准备　第二，了解你的谈判对手　第三，开价一定要高于实价　第四，永远不要接受对方的第一次开价或还价　第五，除非交换，绝不让步　第六，让步技巧　第七，虚设上级领导　第八，声东击西　第九，反悔策略　第十，其实谈判最大的技巧是你要给对方满足感　第8章　终场策略——完美地赢得最后胜利　第9章　80／20原则——一家500强跨国公司管理客户的方法　80／20表——数据收集、组织和分析　AA／BB分析——管理客户和产品的对策　第10章　与大客户保持持久关系的秘诀　第11章　防止大客户叛离的10种武器　大客户叛离的原因　客户关系理论认为：企业与客户的关系可分3个级别　防止大客户叛离的10种武器下部　大客户销售技巧篇　第12章　拜访准备——寻找潜在客户　有效寻找潜在客户的10个方法　第13章　成功的开场白——好的开始，成功的一半　第一印象从电话预约开始　塑造专业的仪表形象　不要吝啬笑容　有吸引力的开场白　第14章　有效的提问——活学活用SPlN　需求的开发　SPIN问题的策划　SPIN的提问模式　SPIN的灵活应用　SPIN的标准谈话术　第15章　介绍产品——销售陈述技巧　第一，产品的优点利益永远是销售陈述的重点　第二，使销售陈述变得妙趣横生　第三，使潜在客户参与到销售陈述中来　第四，证明性销售陈述更有力量　第五，针对团体客户的销售陈述　第16章　介绍产品——使用FAB销售模式易犯的6个错误　什么是FAB销售模式　第一，不能真正地倾听　第二，介绍过多的优势和利益　第三，不注重利益的个性化　第四，忽略与竞争对手特性的差别　第五，单单强调产品的“特征优点利益”　第六，不知道不同类客户需求不同　第17章　介绍产品——产品演示建奇功　确保产品演示百分之百地成功　产品优势利益是演示的重点　让客户参与到演示中来　产品演示必须是互动的　戏剧化的效果增进销售机会　万一演示出现意外怎么办　其他注意事项　第18章　防范和处理客户异议——扫除最后一颗雷　销售人员处理异议的5个注意事项　处理客户异议的6个技巧　第19章　获得承诺——收场白技巧　要确定什么是大客户销售中的成功承诺　如何有效地获得客户承诺　第20章　案例分析：一位仪器设备销售人员的自述　概述　第一次拜访过程　第二次拜访过程　从十一到春节过后　最后阶段　后来了解的情况观点链接一　40岁销售员的悲哀观点链接二　8年职业经理人生涯的感悟观点链接三　职业经理人跳槽的风险结束语

第一图书网, tushu007.com

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