

<<撮合营销技术>>

图书基本信息

书名：<<撮合营销技术>>

13位ISBN编号：9787115189912

10位ISBN编号：7115189919

出版时间：2008-12

出版时间：人民邮电出版社

作者：雷源

页数：207

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>

<<撮合营销技术>>

前言

经历了12年的策划、营销、管理、培训和销售实践，我常常对中国一线销售人员的现状和前途深感忧虑，无论企业的战略决策多么正确，没有经过正确训练的销售人员永远是制约销售公司发展的重要瓶颈。

市场竞争的日趋激烈使更多的企业陷入被动的市场局面。

几乎所有的公司都是销售公司，区别仅仅在于销售的产品或服务不同。

中国市场的特殊化使任何标准的理念都难以直接模仿和使用。

各种理论从某种意义上来说都非常正确，然而企业中层和终端实施者能否正确理解和解码，将其变成一系列能够执行的市场行动，能否准确和智慧地执行这些计划，这才是企业长期发展和成功的关键所在。

本书所讲述的内容可帮助所有的企业解决两个问题：品牌在终端(正确)传播：盈利和持续盈利。

本书内容涉及策划、营销、管理、培训、服务和销售等多个领域，介绍了如何用简单的方法解决营销执行力的问题，可帮助企业在所有条件不变的情况下，迅速提升终端执行力，增强品牌终端影响力，持续数倍提升销售业绩。

本书介绍的是可靠的营销技术，书中所述内容可构成完善而严谨的教育系统。

读者通过阅读本书，并循序渐进地从策略和实践方面着手，能够达到严谨地帮助企业提升，帮助营销中层、销售人员、客户服务等管理和销售人员智慧地完成的目的。

本书的编写目的是全力支持企业和销售型公司快速实现大量交易，支持企业长期持续稳定发展。

本书也是《构建战略终端》一书的实践版，旨在帮助商业部门和企业借助移动互联网的信息技术，获得无边界和跨越时空与地域的无限发展。

在写作和出版本书的过程中，我得到了许多好朋友的帮助和鼓励：董伟剑(充满智慧的好朋友)、王聚师(和我一起成功的铁杆搭档)、秦昊(正在走向成功的新时代企业家)、黄嘉骊(有敏锐洞察力的互联网专家)、于东鸿(企业自动化的新模式开创者)、月影(热情率真的人脉专家)、廖晓(开放的战略专家).....还有很多很多给予我帮助的朋友。

在这里一并致谢！

雷源 2008年8月28日于深圳

<<撮合营销技术>>

内容概要

《撮合营销技术：快速实现大量交易》撮合营销技术是一种销售技术，帮助企业在所有条件不变的情况下，只改变传统营销的思维策略与沟通技巧，就能够使商家或企业快速实现大量交易。

《撮合营销技术——快速实现大量交易》所讲述的内容是《销售智慧宝典》丛书的理论升华。

《撮合营销技术：快速实现大量交易》不仅适合销售人员阅读学习，也可供包括商业谈判、资源整合、拍卖等方面在内的人员学习参考。

<<撮合营销技术>>

作者简介

雷源，1977年出生，陕西西安人。

研究方向：研究营销过程中最安全的客户接触和快速成交方式，撮合一切可能的事物建立关系，帮助商业快速实现大量交易。

在所有客观条件不变的情况下，通过发掘销售人员的销售策略与技巧，实现传统商业中的盈利与持续盈利。

特长：使产品摆脱同质化，实现差异化，发掘销售人员的一线销售潜力，实现3个层面撮合营销境界：柔性接招、后发制人和以不变应万变。

作品：出版《构建战略终端》、《撮合营销技术》、《销售智慧宝典》攻略和守略两卷；设计和主讲课程《移动互联网改变商业未来》。

<<撮合营销技术>>

书籍目录

第一章 中国市场困境与重建思维模式第二章 销售就是人与人沟通实现销售第三章 撮合营销技术快速大量交易第四章 通过降低风险而提高成功可能第五章 中国特色的撮合营销技术实践第六章 实战情景训练与业绩提升技术第七章 记录进步过程 获利胜败积累附录 商业互动营销课程认证计划

章节摘录

第一章 中国市场困境与重建思维模式 实现销售持续提升是销售公司的核心 大量的生产是为大量的销售而准备的，多元化的中国市场中，行业产品的特殊性决定了销售形式的特殊性，许多品牌在中国市场中的销量只能在一定的范围内徘徊，许多企业受市场流通的限制，无法突破终端销售业绩提升的瓶颈，同时受偶然因素影响太多，企业无法实现持续的销售提升，又常常陷入行业价格战的恶性循环之中，不能自拔。

中国企业的销售大多只是实现了从生产领域向流通领域的转移，并没有使流通领域的产品实现向消费领域的转变，主要的销售业绩往往是通过区域市场的经销商来实现的。

在这种情况下，上下游只是一味地注重单个产品利润最大化，在最短时间内挣更多的钱，根本无暇考虑品牌在市场的长期发展，不愿意为品牌建设投入，甚至过份透支品牌在当地市场的生命力。

许多企业为了保持自身产品的产销收支平衡，必须解决巨大的产能压力，一味地自求走量，没有预留足够的利润空间去操作品牌和市场，因此失去了长沅堂榷终端的能力。

因为同质化引发严重的价格战，使产品的研发空间和品牌建设资金严重不足，影响品牌的健康成长。

更多企业因为经营的短期思路高于一切，“圈钱”成为企业的重要目标，甚至不惜疯狂透支市场。

流通领域到消费领域是企业永远的关注重点，通过下游的盈利和持续盈利能力，使品牌获得更好的积累和成长。

本书着重研究在企业现有条件大体不变的情况下，实现产品差异化、终端创新、塑造品牌、客户开发、长期可持续发展、竞争策略、终端圈地及终端精耕细作等企业面临的棘手问题。

<<撮合营销技术>>

编辑推荐

《撮合营销技术》是从微观层面解释企业盈利和持续盈利的原创作品。

帮助所有的企业解决两个问题：品牌在终端传播；盈利和持续盈利。

《撮合营销技术》全面解决策划、营销、管理、培训、服务和销售等多个领域，用简单的方法解决营销执行力的问题，帮助企业在所有条件不变的情况下，迅速提升终端执行力，增强品牌终端影响力，持续数倍提升销售业绩。

《撮合营销技术》是可靠的营销技术，是完善而严谨的教育系统，循序渐进，从策略和实践方面着手，严谨地帮助企业提升，帮助营销中层、销售人员、客户服务等管理和销售人员智慧地准确完成任务。

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>