第一图书网, tushu007.com

<<挑战式销售>>

图书基本信息

书名：<<挑战式销售>>

13位ISBN编号：9787122156266

10位ISBN编号：7122156265

出版时间：2013-4

出版时间：化学工业出版社

作者：[美]马修·狄克逊（Matthew Dixon） [美]布伦特·亚当森（Brent Adamson）

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

第一图书网, tushu007.com

前言

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《挑战式销售:引爆第四次销售革命》内容简介：在对三千多名销售员及五千多位客户进行调查研究及统计分析基础上，《挑战式销售:引爆第四次销售革命》提出一种全新的销售模式，即挑战式销售。
运用这种销售模式可以在销售中获得控制地位，在激烈的竞争中建立真正的优势，提升业绩。
《挑战式销售:引爆第四次销售革命》不但有研究结果分析、案例分析，而且总结出了切实可行的实施策略和应用技巧。
对于每个追求销售业绩增长的销售人员及销售部门，《挑战式销售:引爆第四次销售革命》都不容错过。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

作者：（美国）马修·狄克逊（Matthew Dixon） （美国）布伦特·亚当森（Brent Adamson） 译者：蔺雷

<<挑战式销售>>

书籍目录

引子销售的未来之路／1 第一章“ 解决方案式销售 ”的演变之旅／5 从传统销售一路走来／7 解决方案式销售对客户方的影响／8 优秀和普通销售人员间的差距／12 未来的新道路／14 第二章挑战者（上）—通往成功之路的销售新模式／15 对销售人员的调查／16 结论一：销售人员可分为五种类型／19 结论二：绝对赢家与绝对输家两极分化／24 结论三：主动挑战型销售人员代表的是真正的解决方案式销售／29 第三章挑战者（下）—变普通销售人员为优秀销售人员／33 挑战式销售模式的基本原则／34 挑战式销售模式如何发挥效力／39 挑战式销售模式的实施／47 第四章指导：让销售方案与众不同（上）—“ 挑战者 ”的独特见解／49“ 如何销售 ”比“ 销售什么 ”更重要／52 独特见解的神奇力量／57 只有“ 商业指导 ”才能带来收益／61 第五章指导：让销售方案与众不同（下）—指导能力分析中的沟通技巧／71 销售方案六步骤／72 销售材料须配套／81 销售方案的设计思路／83 销售人员的强有力后盾／84 商业指导案例分析一：固安捷公司“ 未雨绸缪的力量 ”／92 商业指导案例分析二：ADP经销商服务“ 客户利润分析研讨会 ”／107 第六章因应：与客户产生强烈共鸣／111 决策者的真正需求／112 赢得广泛支持的主要技巧／114 销售方与客户方关系新解／118 如何进行量体裁衣式销售／120 减少可变因素／121 舒莱公司案例研究／123 将量体裁衣式销售变为现实／127 第七章控制：把销售过程掌握在自己手中／131 对控制能力的三大误解／133 公司应帮助销售人员提高控制能力／145 控制能力案例分析：杜邦公司谈判规划图／146 注意事项／153 第八章挑战式销售中的销售经理／157 什么才是优秀的销售经理／159 发挥辅导能力，提升现有水平／168 发挥创新能力，应对未知挑战／177 第九章挑战式销售模式实践经验总结／189 对销售主管的启示／190 对市场部主管的启示／195 对公司高级管理人员的启示／199 致谢／208 附录／209 附录A“ 挑战式销售辅导指南 ”摘录／210 附录B销售类型自我测验／213 附录C主动挑战型销售人员招聘指南：面试中需要问的 关键问题／215

章节摘录

版权页： 插图： 首先，考虑到销售人员的资历深浅、客户规模大小等因素的不同，我们在选择调查对象时，选择了涵盖范围极为广泛的不同销售人员代表，从内部销售人员到外部销售人员，从直接销售人员到间接销售人员，从打开客户市场型销售人员到维护客户关系型销售人员，从大客户经理到小客户代表等。
这样一来，我们的研究结果不仅对整个样本中所有对象都成立，同时对于SEC组织中所有的公司也都成立。
其次，我们的评判方法非常实际，唯一的标准就是销售人员对其销售目标的完成程度。
要想确定究竟哪些因素对销售业绩影响最大。
当我们把各项统计结果摆在一起时，数据本身就能给出清楚的答案。
到底哪些因素是一个优秀销售人员应该具备的素质，也就一目了然了。
同时需要澄清的是，我们的研究绝对不是针对销售人员的性格类型和个人优缺点的测试。
如果只是对性格和优缺点进行测试，那么。
一方面人的性格很难衡量，男一方面就算有了结果，想提出解决方案也是不切实际的。
如果最后研究结果显示“个人魅力”对成功的销售至关重要——谁也不能否认这一结论，但这样的结论又有什么实际意义呢？
虽然你可以因此雇用更多性格开朗的销售人员，把那些性格不够好的销售人员裁掉，也许这对提升未来的销售业绩有所帮助，但对改变当前的销售形势却无济于事。
如何挑选称职的销售人员固然重要，也是很值得研究的课题。
但本研究最重要的目标。
是要让公司在当前形势下，把手头现有的销售人员都变成优秀销售人员，从而大幅提升销售业绩。
再次。
回顾调查问卷我们就能发现，所有指标真正关注的是销售人员的“执行能力”。
换句话说，就是一个销售人员做“X”这件事的可能性有多大，或在完成“Y”这件事时，销售人员的表现会怎么样，等等。
我们之所以这样设计问卷，是因为技巧和执行能力这些因素是可以通过培训改进的。
也许一名销售人员并不具备超凡的性格魅力，但是通过较好的训练，销售人员可以更好地完成每一个销售环节，或者对产品和行业有更为全面和深入的了解。
所以，我们设计这份调查问卷的目的，是为了帮助你的公司解决问题。
这份问卷不是为了说明为什么优秀销售人员的销售技巧更胜一筹，而是为了揭示如何能让普通销售人员的表现更突出。
假设每一位普通销售人员的业绩都能再提高一些，可想而知，蕴藏在普通销售人员中潜在的商业价值将是多么巨大！
我们的研究旨在为公司提供一套具有时效性、可操作性的改进方案，从而帮助更多的普通销售人员成为优秀销售人员。

媒体关注与评论

在销售的历史中，那些革命性的新思路以及能带来销售业绩显著提升的开创性工作，通常可遇而不可求……当我读到本书后，我发现本书总结出的模式和规律极富创新性，足以改变游戏规则……对于本书，我的建议是：阅读，思考，实践。
你和你的公司，将会从中受益匪浅。
——SPIN销售模式创始人、《销售巨人》作者 尼尔·雷克汉姆　本书将挑战式销售这一强有力的方法分解为可供学习、复制的若干技巧，即便是一个成熟的销售团队，也可以通过运用这一方法，将自己的销售业绩提升到一个新的水平。
——杜邦公司前销售总监丹·詹姆斯　本书为我们面临的销售难题提供了一剂良药。
它清晰地揭示了客户如何购买产品以及销售团队必须如何销售。
如果你想使自己公司的销售业绩更上一层楼，《挑战式销售》是必读的一本书。
——德国汉高公司胶黏剂技术部销售副总裁 汤姆·米克

编辑推荐

《挑战式销售:引爆第四次销售革命》为我们面临的销售难题提供了一剂良药。
它清晰地揭示了客户如何购买产品以及销售团队必须如何销售。
如果你想使自己公司的销售业绩更上一层楼，《挑战式销售:引爆第四次销售革命》是必读的一本书。
《挑战式销售:引爆第四次销售革命》将挑战式销售这一强有力的方法分解为可供学习、复制的若干技巧，即便是一个成熟的销售团队，也可以通过运用这一方法，将自己的销售业绩提升到一个新的水平。

名人推荐

在销售的历史中，那些革命性的新思路以及能带来销售业绩显著提升的开创性工作，通常可遇而不可求……当我读到本书后，我发现本书总结出的模式和规律极富创新性，足以改变游戏规则……对于本书，我的建议是：阅读，思考，实践。
你和你的公司，将会从中受益匪浅。
——SPIN销售模式创始人、《销售巨人》作者 尼尔·雷克汉姆 本书将挑战式销售这一强有力的方法分解为可供学习、复制的若干技巧，即便是一个成熟的销售团队，也可以通过运用这一方法，将自己的销售业绩提升到一个新的水平。
——杜邦公司前销售总监 丹·詹姆斯 本书为我们面临的销售难题提供了一剂良药。
它清晰地揭示了客户如何购买产品以及销售团队必须如何销售。
如果你想使自己公司的销售业绩更上一层楼，《挑战式销售》是必读的一本书。
——德国汉高公司胶黏剂技术部销售副总裁 汤姆·米克

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