

<<生存期销售人员的系统训练>>

图书基本信息

书名：<<生存期销售人员的系统训练>>

13位ISBN编号：9787301157152

10位ISBN编号：7301157150

出版时间：2009-10

出版时间：北京大学出版社

作者：秦毅

页数：186

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>

<<生存期销售人员的系统训练>>

前言

当经理拍拍你的肩膀，说声“小伙子，下周一正好是1号，你身上得压压担子了！第一个月要求不高，先做100万吧，相信你肯定能做到……”说完，经理转身走了。

这时，办公室只留下你自己，你会有何感受？

与入门期不同，生存期销售人员将面对现实的业绩压力，同时也将独立地面对客户和竞争对手，本书的重点就是阐述处于这一阶段的销售人员，所应接受的培训内容和与之相应的培训方法。

本书从生存期销售人员的特点出发，在描述了此阶段销售人员所必须接受的九项训练之后，重点阐述其中对客户知识的了解与掌握、客户购买心理与推销步骤、如何与客户电话预约见面、如何了解客户的背景情况，以及销售人员常见的九大心理障碍等五个方面的要点。

此外，本书还穿插介绍了客户采购的五个阶段、客户知识的八项内容、处理客户拒绝的七个步骤、客户问题的典型表象等与此阶段销售人员成长密切相关的内容。

本书是“鹰计划”系列的第二册，与第一册《入门期销售人员的系统训练》不同，本书的重点更侧重于与客户面对面接触时的常用技巧，并强调了这些技巧在具体应用时应注意的问题，以及销售队伍的管理者在辅导下属这些技能、技巧时应采取的具体步骤。

总之，处在生存期的销售人员，承担了比入门期更大的心理压力和市场挑战，因此对他们培训效果的好坏，不仅会影响到他们实际业绩的产出，更有可能影响到他们是否能够继续“生存”！

<<生存期销售人员的系统训练>>

内容概要

所谓“生存期”是指，销售人员开始正式承担明确的业绩压力后大约一年的时间。在这段时间里，无论是主动的还是被动的，销售人员离职的比率都是最高的。因此能否顺利拿下第一单就成了销售人员的生死关。

与入门期不同，处在生存期的销售人员，因为肩膀上有了明确的业绩压力，所以其内心将会遇到前所未有的挑战。

同时，大多数销售人员的知识和技能水平都不高，所以就更需要辅导和有针对性的培训。

本书是“鹰计划”丛书的第二册。

作者在结合此阶段销售人员常态工作环境和常规工作内容的基础上，重点阐述了作为一个初入市场的销售人员所应掌握和具备的三类知识、三个技巧和三种观念态度。

其中，又将生存期的训练要点、客户决策与推销过程、客户知识的掌握与应用、电话预约的步骤与技巧、如何有效了解客户的采购背景以及生存期销售人员自信心的塑造与培养等六方面作为重点，意在通过由面到点的系统描述，帮助生存期的销售人员熟练掌握，同时给企业各级销售队伍的管理者们，提供辅导和培训生存期销售人员的参考。

<<生存期销售人员的系统训练>>

作者简介

秦毅，实战派营销管理体系设计专家、营销管理及业务人员系统培训专家。

北京大学光华管理学院营销管理专项MBA、北京师范大学发展与教育心理学硕士、国家注册咨询师、国家注册职业指导师。

北京大学企业家研修中心、国务院企业调查中心、中国企业家协会等多家机构特聘营销管理专项顾问。

清华大学继续教育学院、上海交大安泰管理学院、浙江大学管理学院等多所大专院校总裁班特聘教授。

秦毅先生自1992年起即开始从事销售、区域管理及公司整体运作，并一直致力于整合营销规划和营销队伍培养方面的研究。

提出了包括塑造企业营销优势的五个步骤、营销管理的效率效能分类法、销售队伍薪酬激励体系设计、销售队伍培养的四个冲程、大客户采购过程中的梅花分配、客户价值的大五模型、销售人员心理压力及舒缓等多项研究成果，并著有相关的多部专著。

<<生存期销售人员的系统训练>>

书籍目录

总自检前言第一章 生存期销售人员的培训要点 引子 鹰的一家 一、生存期销售人员的七大挑战 二、生存期销售人员的培训要点第二章 客户知识的掌握与运用 一、客户知识及掌握现状 二、客户知识所包含的内容 三、应用客户知识时应注意的问题第三章 客户心理与推销步骤 一、客户心理第一阶段：感觉良好 二、客户心理第二阶段：确定需求 三、客户心理第三阶段：评估比较 四、客户心理第四阶段：决定购买第四章 电话预约的步骤和技巧 一、电话预约中的常见问题 二、电话预约过程中的关键步骤 三、处理客户拒绝时的常用技巧第五章 了解客户背景的方法与技巧 一、初次拜访中的常见错误 二、了解客户背景信息的方法和技巧第六章 销售人员自信心的塑造与培养 一、销售人员的九大心理障碍 二、销售人员缺乏自信时的外在表现 三、塑造销售人员自信心的方法与渠道参考答案

<<生存期销售人员的系统训练>>

章节摘录

插图：第二章 客户知识的掌握与运用一、客户知识及掌握现状为什么与客户方的决策者总是打不开话题？

为什么挺好的推销话术成了隔靴搔痒？

为什么点灯熬油写出来的建议书却被客户不置可否？

其实这些现象，都与该销售人员所掌握的客户知识有关！

那么，到底什么是客户知识？

客户知识应该包含哪些内容？

当前企业销售人员掌握客户知识的普遍状况如何？

所谓客户知识指的是，一个销售人员应当掌握的，对推进其销售进程有帮助的，与客户有关的，包括客户的组织结构、客户的日常运营、客户的采购过程等一系列知识的组合。

同时，客户知识也有广义和狭义之分，狭义的客户知识只包括某客户企业本身的一些系统知识，但广义的客户知识除了该客户企业的基本信息之外，还包括该客户所处行业的知识，及该客户上下游企业的基本情况。

客户知识对于销售人员业绩的重要程度，自然不言而喻，可调查中却发现，就连许多自认为很有经验的老业务员，当问到客户知识的具体细节时，都有些模棱两可。

由此可见，与标准的应掌握的客户知识相比较，许多公司销售人员对此的掌握状况，的确有些不尽如人意！

<<生存期销售人员的系统训练>>

编辑推荐

《生存期销售人员的系统训练》：只有度过生存期，你才能真正成为销售人员。

所谓“生存期”是指，销售人员开始正式承担业绩压力后的大约一年的时间。

在生存期，你需要掌握：3类知识，3个技巧，3种观念态度……成功打动客户的技巧与方法，帮你顺利拿下销售生涯第一单！

鹰计划2秦毅先生根据自己十余年来对近百家企业销售人员的培训经验，总结出优秀销售人员所必须进行的36项核心训练的内容和步骤，并以鹰的成长过程做比拟，划分销售人员四个典型的成长阶段，形成了本套“鹰计划”丛书。

“鹰计划”丛书共分四册，针对不同时期销售人员的不同特点，分别阐述入门期、生存期、成长期和成熟期销售人员的训练内容、训练方法和考核标准。

<<生存期销售人员的系统训练>>

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>