

<<虎口夺单>>

图书基本信息

书名：<<虎口夺单>>

13位ISBN编号：9787301191170

10位ISBN编号：7301191170

出版时间：2009-1

出版时间：北京大学

作者：马克

页数：253

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>

## &lt;&lt;虎口夺单&gt;&gt;

## 前言

如果你是NBA火箭队球迷，现在有两个选择，且只能选择一个：A.看一场50分钟的痛快淋漓的火箭队比赛 B.看一场25分钟的比赛精华片断，另外25分钟姚明与你面对面沟通整个比赛过程，包括战略安排，战术执行 如果选择A，请不要阅读本书。

如果选择B，请阅读本书。

本书结构：虎口夺单 = 夺食篇 + 训狼篇 夺食篇，与读者朋友所见到的商战类小说不同，我非常强调故事的真实性，为了真实性，我宁愿以牺牲情节的精彩为代价。

因为我相信理性的读者朋友会更希望能从这个故事中找到做业务的方法和策略，而不是沉醉在精彩却与自己相距十万八千里的情节中：受令迎战：乔林突然接到王总提供的一个迟到的销售线索，两大对手高途软件和迅提软件已经进入很久了…… 战前分析：系统分析之后，发现这个销售线索成功的概率不足20%，可乔林依然决定受命于危难之际，并说服团队成员和自己一起奋战…… 突破前哨：绕过警觉度很高的前台，乔林像猎人一样守候着自己要突破的猎物，终于她出现了，并成为乔林的第一内线，至此乔林找到了一丝微弱的亮光，让他继续前行…… 四处碰壁：乔林在前台的帮助下，向客户的决策者发出参与这个项目的请求却被多次拒绝，就在乔林非常失落和无助的情况下，遇到了一个关键人物…… 巧遇贵人：总经理助理，一个被对手忽略的角色，成功地被乔林启用，并成为他的第二内线，在这个内线的帮助下，乔林获得了很多关键性的线索和机会…… 拔剑再战：面对贵人提供的绝密也是绝望的信息，乔林心灰意冷，在关键时刻王总成功激发了乔林的斗志，乔林决定发起反攻，高超的战斗从此开始…… 突破重围：在乔林的精心策划下，认识了项目的一个关键人物，后来成为乔林的第三内线，正是在与这个第三内线的里应外合下，沉重打击了不可一世的竞争对手，惊醒了客户的决策层。

趁着“猛虎”短暂的休克期，乔林得到了一次绝佳的产品展示机会，但很可能也是最后一次机会。

虎口夺单：乔林团队紧紧抓住了这个花了多日精心策划而得来的机会，在这次展示中，一炮打红，赢得了客户的好感；惊慌失措的对手以迅雷不及掩耳之势使出了杀手锏，但这次倒在血泊中的不是乔林…… 在历经重重险阻之后，乔林和他的团队完成了一个看似不可能的惊天大逆转。

就像NBA季后赛中，爵士队在3:0落后的情况下，以4:3完胜火箭队一样…… 故事中的乔林只是一个小人，或许就是正在读这本书的你，或许就是你身边的朋友和同事。

我希望能从这个非常真实的故事中找到感觉，产生共鸣，引发思索，更希望你能从中找到作战的力量，找回丢失的自信。

成功可以复制，乔林能做到的事情，你一定也能。

训狼篇，该部分以故事为基础，分析了乔林的思维方式和行动模式，系统地阐述了一个销售员需要从哪些方面来提升自我。

这也是我在全国各地讲授销售课程的精华部分。

内容以乔林与两位刚入行的销售人员在咖啡厅里的授课来展开，通过朴素真实，幽默风趣的对话，把一些晦涩难懂的知识和技能很好地诠释给读者。

我拥有近10年的一线销售经验，因为长期从事二流或三流品牌产品的销售，因此长期处于夹心饼干的“奶油”位置，向上，面对对手强大的品牌压力；向下，面对对手激烈的价格冲击和层出不穷的阴招怪招，每一次的成功销售都在夹缝中求生，每一次都像是在群虎口里夺食。

这样的挑战，养成了我独特的销售个性——狼性。

其中的心酸和快乐，也只有和我一样的销售员才能感受到…… 业界的朋友们都说我是一匹攻击力超强的“狼”，但我认为自己更是一匹善良的“狼”，因为，我很愿意将我的经验同每一个需要帮助的人分享。

最终，我选择了最适合的方式——成为一名销售培训师。

在全国各地，我对各行各业的销售员讲授“虎口夺单”的销售案例，一线销售员无不为之动容，销售经理以及企业负责人无不希望他们能够拥有“乔林式”的销售员。

学员们鼓励我将这些经验和理论整理出来，以便更好地帮助他们。

在他们的激励下，我产生了写这本书的想法，他们是我前进的最大动力。

<<虎口夺单>>

希望这本书能给激励我、与我教学相长的学员们带去帮助，也希望更广大读者朋友能从中受益。

同时，我想和各位读者朋友分享最后一个想法。

如果你、你的团队和你的产业属于下列情况中的一种或几种，这本书对你的帮助会更大。

- 所面临的市场竞争非常激烈，每个订单参与的对手都超过3个以上；
- 你和你的团队正在开拓新市场，冲锋陷阵；
- 希望不断开发新客户；
- 所在行业的销售周期比较长，客户决策流程比较复杂；
- 所在行业需要通过频繁接触高管才能成交；
- 无法在第一时间获得销售线索，导致销售处于被动局面；
- 上要对强大的品牌压力，下要面对激烈的价格冲击，需要在夹缝中求生存；
- 销售员已经没有激情或者已经丧失战斗力；
- 你公司的知名度不高，品牌不够响亮，能够提供给销售员的资源有限，更多的是依靠提升销售员的个人能力和团队合作能力来提升业绩；
- 希望了解你的老客户是如何被像乔林一样的疯狂对手所吞噬。

马克

## <<虎口夺单>>

### 内容概要

知名品牌公司的品牌压力。

同类品牌激烈的价格冲击和各种阴招怪招，常常使销售人员处于夹缝之中，每一次成功销售都像是虎口夺食。

本书正是为中国90%以上的销售人员所写的销售指导书。

销售高手乔林突然得到一个销售线索，成功率只有20%，是放弃还是坚持？

面对竞争对手的强势品牌与凶悍作风，乔林相信：狭路相逢，勇者胜。

前台再三阻挠，决策高层断然拒绝面谈……面对客户紧闭的大门，乔林精心策划，巧妙周旋，终于找到了三重内线，结识了项目决策层，发现竞争对手的软肋并给其致命一击。

从此峰回路转，终于完成石破天惊的销售大逆转。

大获全胜之后，乔林开始了对两个下属的专业训练，传授如何不拘泥于销售技巧，而是用销售的思维方式和价值观来取得客户信任，从而让成交水到渠成。

《虎口夺单》第1版发行以来，广大读者反响热烈，好评如潮。

《虎口夺单(白金版)》根据读者建议对内容进行了修订，同时内附作者特意为此书精心录制、价值98元的授课光盘1张，对一线销售思路与方法进行了更精彩的演绎和呈现。

## <<虎口夺单>>

### 作者简介

马克，实战销售与谈判训练专家，时代光华管理学院培训师，阿里巴巴直播中心销售培训师，SalesOk CRM总架构师，上海交通大学职业经理人研修班营销讲师，《市场与销售》杂志社资深撰稿人。

马克从基层销售做起，长期奋战在市场一线，拥有10年的销售管理及培训经验，熟知每个阶段销售人员在想什么、做什么、困惑在哪里。并给出恰当的解决方案。

马克已在北京、上海、广州、深圳等一线城市讲演500场次以上，累计学员数万人。马老师为众多的中外企业提供过销售培训，包括长城证券、华安保险、中通客车、全友家私、老板电器、中集集团、一汽解放、北车集团、庞巴迪、邓禄普轮胎、江铃汽车等。

主讲课程：《实战销售技巧》、《商务谈判技巧》、《顾问式销售》、《大宗商品门店销售》等。

## <<虎口夺单>>

### 书籍目录

推荐序

再版序

前言

出场人物

夺单篇

第一回 受令迎战

第二回 战前分析

第三回 突破前哨

第四回 四处碰壁

第五回 巧遇贵人

第六回 拔剑再战

第七回 突破重围

第八回 虎口夺单

训狼篇

第一天 认识自我

1. 你是谁

你为什么会选择销售工作

你就是你眼中的你

你不是卖东西的销售员，而是帮客户买东西的专家

2. 客户是谁

到底谁是你真正的客户

客户究竟是我们什么人

寻找客户的五大法则

3. 成功源于成功的信念

信念让精神更有生命力

狼性销售的精神与信念

永恒不变的销售技巧

第二天 销售策划

1. 赢在准备

不做准备的销售员就是准备失败的销售员

销售员缺乏自信的三大毒瘤

销售时间分配的“424原则”

.....

后记

附录

## &lt;&lt;虎口夺单&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：企业内部各部门之间的流程与配合，这些东西看起来和软件沾不上边，但事实上，这是一个产品应用专家需要具备的核心能力。

“不但如此，你还要懂不同行业的特殊运作规律，即使是相同行业，生产不同产品，差异也非常大。例如，生产西服的与生产内裤的差别就很大。

即使是相同行业生产相同产品，差异也非常大。

例如，同样是汽车整车行业，劳斯莱斯和普通桑塔纳的生产流程就有很大差别。

”“要是这样的话，成为产品应用专家难度太大了，大概要花一辈子时间。

”李静觉得这个目标是可望而不可即的。

“要成为产品应用专家，不但在咱们这个复杂的行业很难，在普通的传统行业也是非常不容易的。

”乔林认真地回答道。

李静的表情更惊愕了。

乔林看着李静满是狐疑的大眼睛问道：“现在是夏天，我知道静静你非常爱美，经常喜欢买衣服，是吗？”

”“是的。

”“假如明天你要去见客户，你准备去买一件职业套裙。如果营业员只告诉你这个裙子的尺寸和布料你会买吗？”

”“不会，这个我还要她告诉吗？”

我自己也能看得出来啊。

”“但是，产品应用专家就不会这样简单地回答你，他们根据你从事什么工作来帮你选择合适的款式；根据你的性格和气质来帮你选择合适的颜色；根据你的身材和肤色来帮你选择合适的质地。

总之他们可以应对任何客户的需求。

所以，服装行业的产品应用专家事实上是美丽和时尚专家。

“古代有一个裁缝远近闻名，不管是达官贵人还是市井小民都非常喜欢他做的袍子，他是个典型的产品应用专家。

当他给达官贵人做袍子的时候，总会做得前长后短，因为，这类人走路的时候都是抬头挺胸的，所以，前长后短的袍子穿在他们的身上刚好显得前后一样长，非常得体。

“当他给市井小民做袍子的时候，总会做得前短后长，因为这类人每天垂头丧气的机会多，更多的时候是低头哈腰，所以，前短后长的袍子他们穿着非常得体。

”看着两个瞠目结舌的小家伙，乔林总结说：“要成为产品应用专家需要持续不断地学习，需要在历练中领悟，这是一个漫长的过程。

所以，我们来共同分享屈原先生在《离骚》里的一句话吧——‘路漫漫其修远兮，吾将上下而求索’

。”

## &lt;&lt;虎口夺单&gt;&gt;

## 后记

和朋友们聊天时，我经常自嘲为草莽出身，但生活就这样和我开了个玩笑，我竟然鬼使神差地当上了销售培训师。

或许是由于课程实战性强的缘故，在全国培训的几年里，承蒙学员厚爱，课程挺受欢迎。

在上课的过程中，我无数次讲起自己在销售中攻城略地、虎口夺单的案例，学员们觉得很精彩。

大约是在2007年7月，一位学员在听完培训课程之后对我说：“马老师，我觉得您的这些案例对我来说很有实战性和可操作性，能否将这些案例写成书？

这样对我们的帮助会更大……”说实话，当时我并未把这个建议当回事，因为总感觉写书是那些文人骚客的特权和专利。

同年12月，我认识了一位非常优秀的好朋友邵雨。

他多年从事管理学研究，创作了多本管理类著作，我们聊得非常投机，让我受益良多。

在聊天中，他也觉得我的实战销售经验应该写成一本书，以便让更多的学员从中受益。

能得到他的认可和鼓励，让我觉得很有自信。

当然，在后续的众多培训中，学员们的呼声和建议，让我写这本书的愿望越来越强烈，深埋在心里的写作的火种就这样被点燃，我决定先试验一下。

于是，我就写了2万字左右的内容，放到www.emkt.com.cn上，很快被各大销售行业的专业网站转载。

学员们和读者们给了我很多建议，这对本书最后的成型起到了很大作用，谢谢他们的支持。

这一反响让我信心大增。

我认为初稿能受到这样的欢迎，不是因为我的辞藻多华丽，故事多么有悬念，而是我的文章很“实战”。

以这两个字为核心，我又挑灯夜战，把这个实战的故事写到了6万字。

在这期间，我认识了另外一个好朋友范超伟，他是《销售与市场》杂志的资深编辑。

他以强烈的职业敏感度说，希望我的文章能在他们的杂志上连载。

我接受了他的建议，连载第一期就获得了很好的读者反馈，这对我来说是一件很兴奋的事情，在这个过程中，超伟兄给了我很多意见和建议，他认真负责的精神让我很感动。

至此，我决定，一定要让这本书诞生。

我是幸运的，在一个偶然的机缘中，认识了北京大学出版社的朋友，并最终让我的梦想得以实现。

在此，我要感谢北京大学出版社的方希老师和喻涛女士，感谢她们发现并肯定我的书稿，给我这个出版的机会。

在此还要感谢重要的两个朋友：一位是朱宪老师，他是一位资深管理培训师；一位是黄庆华先生，他是IT界资深人士。

他们给了我很多帮助，总是在我山穷水尽的时候给我指点迷津。

文字处理并不是我的专长，这成了我写作过程中的一个难题，幸好得到了我的学生小才女和小甜甜的支持，她们都才高八斗，给我拙劣的文字做了很多次美容术，尤其让我感动的是，她们把这件事当做自己的事情来做，甚至都累趴下了。

谢谢你们，两位可爱的美女！

闭门写作是一件很枯燥的事情，尽管我享受其中的过程。

所以，我要感谢我的家人，她们给我关怀给我温暖，尤其是我可爱的女儿小凡凡，她总会在关键时刻陪我玩，尽管每次都被我“欺负”得嗷嗷哭。

她那天真的微笑很感染我，让我在愉悦中创作！

10年的销售生涯，让我很理解奋战在一线的销售人员的痛苦所在，我希望把这本书献给那些在未来激烈的竞争中取胜的销售员，献给那些和我一样“草莽出身”，经常受命于危难之际，立志通过销售取得人生成功的业务员。

我知道，这本书一面世，会有很多人喜欢，也会有一些人不喜欢。

其实，喜欢和不喜欢对我来说都不重要，我最希望听到读者对我的书的评价，就像对我课程的评价一样——真实，实战，可操作性强。



<<虎口夺单>>

这将是最大的欣慰。

## <<虎口夺单>>

### 媒体关注与评论

中国的销售人员已经告别了千里迢迢、千言万语、千辛万苦、千难万险的简单销售时代，转而进入一个系统销售的时代，有点像《射雕英雄传》里面的郭靖，从只会一招“亢龙有悔”到了需要融会贯通“降龙十八掌”的地步。

本书以一线实战销售人员的视角，详细阐述了成功销售的方法与诀窍，既有切身感受，又有理论支撑，既是一本实战的指导书，又是一本入门的必读书。

——上海交通大学教授、博士生导师余明阳在大客户营销中，刨除浮华的成分，还有很多沉淀可以武装我们的本土营销人，那就是“实战”——切“实”可“战”的思维，以及“实”用能“战”的方法。

——《销售与市场》杂志社社长、总编辑李颖生这本书虽反复看过多遍，但每次打开还是有一种令人振奋的感觉。

书中的乔林并没有神一样的光辉，他只是一个普通而又自信的人，感觉他就像你身边的某个你很欣赏的人一样，他能做到的，我相信自己也一样能做到，我想我找到了自己销售生涯中的北斗星！

——（苏州读者）andy木子读完后不懂销售也会做销售牛人了，太棒了！

真是一本好书，用了里面的技巧，销售业绩获得了很大的提升，公司的销售员都拿《虎口夺单》做教材了，顶！

——（广州读者）apollozhaw

## <<虎口夺单>>

### 编辑推荐

真实再现一线销售人员普遍遭遇的销售难关 揭示顶尖销售员绝地逢生的秘密所在 著名销售专家、畅销书《输赢》作者付遥倾情推荐 数十万销售人员好评如潮的实战指导书 献给中国上千万夹缝求生的销售员，只有你们才能真正明白书中滋味！

快速拿下客户的狼性销售策略 《虎口夺单》第1版发行以来，广大读者反响热烈，好评如潮

。《虎口夺单（白金版）》根据读者建议对内容进行了修订。

<<虎口夺单>>

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>