

<<竞争性销售>>

图书基本信息

<<竞争性销售>>

内容概要

关于《竞争性销售：简化企业销售的六大关键》所描述的故事：我们这家公司之所以得到客户喜爱，其中一个原因就是我们将用于阐明自己流程理论的材料，都是来自于我们作为销售员或销售经理时所遇到的真实事例，或是来自于我们的客户的真实经历。

这些故事将理论与现实世界紧密地联系在一起，赋予概念以生命。

我们为销售故事加了框线，将历史上相关的战例也用同样的方式加以呈现，这样读者可以根据自己的兴趣选择是跳过去还是进一步探究。

本书的精华部分有六章，这六章介绍了关于复杂销售的关键部分，为了加以强调，这六章的每一章结束部分都会有一个小结。

本书的独特之处 当我还是一名销售经理时，我看过一本关于推销策略的书。

这本书上说销售策略是必不可少的东西，然后就戛然而止，最终什么策略也没介绍。

在顾问式推销这个领域，确实有几本好书，但它们忽略了竞争。

也有一些关于如何应对竞争和进行政治推销的培训课程，但它们却对如何解决客户的问题只字未提，好像不强调客户利益，单凭政治手腕就能摆平销售似的。

本书是第一本兼顾这两方面的书，而且不只局限于这两点。

在这本书里，我们把咨询，竞争，政治和团队推销这几个领域里最有成效的行为整合成一套朴实易行的策略流程，确保夺到订单，赢得客户。

<<竞争性销售>>

作者简介

瑞克·佩吉是美国复杂销售解决方案公司的创始人，该公司帮助全球50个国家的组织进行销售管理的咨询与培训。

佩吉先生是业内公认的B2B团队销售权威，他本人亲自培训过的销售明星超过25000名。

<<竞争性销售>>

书籍目录

鸣谢导论第一部分 挑战——复杂销售第1章 失去控制第2章 今天的复杂销售何以如此复杂？
第3章 峡谷和坩锅——竞争性评估第4章 专才和团队销售：讲述者、推销员、猎手、农夫、业务拓展者、伙伴和行业网络顾问第5章 竞争优势的军火库第二部分 解决方案——R.A.D.A.R第6章
R.A.D.A.R.——简化复杂销售第7章 关键1——将方案与痛苦链接起来第8章 关键2——筛选准客户
第9章 关键3——建立竞争倾向性第10章 关键4——掌握决策过程第11章 关键5——向实权人物推销第12章 关键6——沟通战略计划第三部分 战略执行第13章 16种机会层面的销售战略第14章 变化中的问题和趋时而变的销售战术第15章 10条个人层面的战略第16章 面向总字头的推销第四部分 不战而胜——客户管理第17章 从机会管理到客户管理复杂销售公司参考书目

<<竞争性销售>>

章节摘录

简化企业销售的六大关键步骤 简化企业销售的六大关键步骤： 关键1 将方案与客户的痛苦（或成果）链接起来。

关键2 准确地筛选准客户。

关键3 利用差别化在客户心目中建立竞争的倾向性。

关键4 掌握客户的决策过程。

关键5 找出采购政治中的关键点，向实权人物推销。

关键6 向整个销售团队沟通战略计划。

<<竞争性销售>>

媒体关注与评论

如何通过先发制人的客户管理方式在客户评估程序开始这前就赢得评估，或者干脆让客户放弃竞争性评估？

在竞争性的压力下如何解决客户的问题？

本书特别适用于IT、咨询、医疗设备、通讯和金融业。

本书将会把你的销售队伍带到一个新的境界！

<<竞争性销售>>

编辑推荐

《竞争性销售：简化企业销售的六大关键》向世界级销售与客户咨询服务的大师学习销售策略！
如何通过先发制人的客户管理方式在客户评估程序开始之前就赢得评估，或者干脆让客户放弃竞争性评估？

在竞争性的压力下如何解决的问题？

本书所探讨的主要是企业间B2B直接销售的“机会管理”流程。

重点在于如何制定“在竞争性评估的环境中，以团队推销的方式，向多层次购买者推销解决方案”的销售策略。

关于竞争性评估这一部分，我们的目的其实是通过先发制人的客户管理方式在评估开始前就赢得评估，或者干脆让客户放弃竞争性评估。

本书特别适用于IT，咨询，医疗设备，通讯和金融业。

<<竞争性销售>>

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>