

<<项目型销售与管理工具>>

图书基本信息

书名：<<项目型销售与管理工具>>

13位ISBN编号：9787509619315

10位ISBN编号：7509619319

出版时间：2012-8

出版时间：经济管理出版社

作者：丁兴良

页数：248

字数：211000

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>

## <<项目型销售与管理工具>>

### 内容概要

2008年，IMSC与时俱进，在经过几年新的市场体验和思想沉淀之后，在前版《项目型销售与管理》的基础上增添了新的管理理念和新的思维方法，并自主开发了PSM软件项目型销售管理系统，是第一次针对项目型销售问题而开发的软件版解决方案，《项目型销售与管理工具(软件篇第2版)》作为PSM软件配套使用的书籍，会使读者对PSM软件的定位和使用效果有一个全面的认识。

《项目型销售与管理工具(软件篇第2版)》将为您打开新的销售之路。

通过PSM软件管理系统的导入，您将看到的是如何运用信息化的力量去引导人们走出销售管理的误区，解决企业在销售管理中的问题，感受PSM软件如何科学地推行项目的流程，如何建立标准化的销售模式并迅速复制、推广。

本书由中国工业品实战营销创始人丁兴良著。

## <<项目型销售与管理工具>>

### 作者简介

丁兴良，中国工业品实战营销创始人，国内大客户营销培训第一人，卡位战略营销理论的开创者，工业品营销研究院首席顾问，中欧国际工商管理学院EMBA。

曾在世界500强企业全球婴儿护肤品排名第一的Johon&Johon任销售经理；曾是国内水泵行业排名第一的凯泉泵业集团的资深销售经理、全球自动化阀门控制行业排名第一的英维思集团阀门控制事业部的副总经理。

2005年荣登“中国人力资源精英榜”，并被《财智》杂志评为“杰出培训师”；2006年被评为“中国企业十大企业培训师”；2007年被第三届中国管理大会授予“杰出管理专家奖”；2008年被选为中国市场学会常务理事；2009年荣获全球华人讲师营销类十强。

他根据自己17年的营销实战经历、13年的工业品营销经验和8年的专注工业品营销项目体验，总结出一套实用的咨询与培训体系，受到工业品营销培训学员的一致好评。

## <<项目型销售与管理工具>>

### 书籍目录

- 第一章 项目型销售管理从这里开始改变
  - 第一节 项目型销售管理的五大瓶颈
  - 第二节 项目型销售信息化的五大难题
  - 第三节 PSM软件——信息化的解决方案
  - 第四节 PSM软件——项目型销售管理的软件革命
- 第二章 PSM软件发展的动力
  - 第一节 客户购买行为“e”化
  - 第二节 项目型销售市场竞争与内部需求
  - 第三节 项目型销售管理发展的必然趋势
  - 第四节 PSM软件市场趋势浅析
- 第三章 PSM软件的设计应用基础
  - 第一节 PSM软件系统的应用设计特点
  - 第二节 PSM软件核心思想的模型建立
- 第四章 PSM软件应用功能与设计
  - 第一节 项目型销售管理系统
  - 第二节 项目型客户管理系统
  - 第三节 项目型销售团队管理系统
  - 第四节 项目型销售信息管理系统
  - 第五节 项目型销售知识管理平台
- 第五章 PSM软件销售数据仓库与分析
  - 第一节 数据与数据库的定义
  - 第二节 项目型销售数据系统组成
  - 第三节 项目型销售数据的挖掘
  - 第四节 项目型销售数据解决方案
- 第六章 PSM软件的项目型销售流程设计
  - 第一节 什么是“项目型销售流程”
  - 第二节 项目型销售与流程管理的构成
  - 第三节 为什么项目型销售需要PSM软件
  - 第四节 PSM软件企业利润与项目型销售管理解决方案
- 第七章 PSM软件项目的确立与执行
  - 第一节 为什么要选择PSM
  - 第二节 PSM软件项目的范围确认：ERP、CRM还是SCM
  - 第三节 PSM软件项目确立的过程
  - 第四节 PSM软件实践环节
  - 第五节 PSM软件案例：九周速成IMSC PSM软件
- 第八章 下一个最佳PSM软件实践案例就是你
  - 第一节 PSM软件的定义是什么
  - 第二节 如何建立真正PSM软件战略
  - 第三节 创建PSM软件行动战略
  - 第四节 构建PSM软件团队和协作
  - 第五节 进行PSM软件的需求评估
  - 第六节 目标设置与PSM软件项目规划
  - 第七节 与IMSC的咨询顾问一起工作
- 第九章 IMSC PSM软件咨询案例运作
  - 第一节 企业初识PSM软件

## <<项目型销售与管理工具>>

第二节 PSM软件基本管理思路

第三节 PSM软件项目实施风险

第四节 PSM软件的实施阻力

第五节 关注PSM软件系统整合

IMSC项目型销售管理系统

附录

一、工业品营销研究院简介

二、两大核心——“培训和咨询”

IMSC(工业品营销研究院)图书目录

## <<项目型销售与管理工具>>

### 章节摘录

并且执行评价和确定它们的优先顺序，这样PSM软件需求评估交付是一个有优先次序的PSM软件项目或是一个带有时间线的实施路线图。

最重要的事情是预先确定要解答的问题，对于很多组织，第一个问题可能就是，怎样才能通过提高客户体验获得或节约更多钱。

沿着这些线索，CNA解答的另一个重要问题是“什么是我们的客户真正需要和看重的？”PSM软件准备工作和业务的综合调研会将调查的层次引入CNA的客户需求和驱动需求中，以彻底地分析内部的客户交互数据（包括历史记录和客户服务记录等）来开始是非常有用的。

为了更好地了解项目客户，不要忽视了自己的项目客户数据，许多组织已经有了原始数据，只是他们没有研究过。

不去分析历史交互记录信息，外部咨询顾问和市场调查者经常忙于收集已满足和未满足的客户需求，以及它们后面的价值。

这个发现的第一阶段应该是从面向客户的内部员工处收集观点，具有代表性的组织是销售组织和客户服务组织。

二、外部咨询顾问的角色内部调查是必须的，但是不够，做完内部访谈之后还不能停下来。第二步就是要会见或调查几个现在、过去和将来（目标市场的潜在客户），的项目客户。

聘请外部咨询顾问的原因在于他们的行业经验和专业知识、他们的客观性和他们权威的方法论。其他的原因包括能够在内部和外部参与者偏见和压力之外找到根本的原因和驱动力，而不是接受人为的答案。

例如，对“给我提供更低的价格”的回答很少与一个客户的真正或主要的需求一致，要理解深层的价值和动机需要不断地沟通。

.....

<<项目型销售与管理工具>>

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>