

<<买方立场>>

图书基本信息

书名：<<买方立场>>

13位ISBN编号：9787515801544

10位ISBN编号：7515801549

出版时间：2012-4

出版时间：中华工商联合出版社有限责任公司

作者：[美] 温迪·福根·里德

页数：210

译者：文彦

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>

<<买方立场>>

前言

假设有两位高尔夫球手，他们的差点指数(衡量高尔夫球手水平的一种标准，数值越低，相对水平越高)都是15，他们的体格条件类似，受过相同的训练，成长潜力也不相上下，并且拥有相似的资源。他们各方面都没有差别，除了一点：第一个高尔夫球手只想打好他眼前的比赛；而第二个高尔夫球手想得到的是整体的提高。

第一个高尔夫球手不需要对他的挥杆技巧做出很大的改进就可以降低差点指数。

他可以专注于短期比赛和困难球，只需要花费较短的时间。

推杆和沙地打法的训练对于比赛成绩的提高至关重要，如果他进行这两项技法的训练，他的差点指数很快就会降低。

如果能够每周至少训练一次，经过一年的训练他的差点指数可以下降到9。

听起来还不错！

差点指数只有个位数，很棒哦！

但是他的指数却再也不能突破9这个值，这就是他的极限了。

第二个高尔夫球手有一个宏伟的目标，他必须学习高尔夫球的各项技能，进行上千次的击球训练，至少每周要训练两次。

作为回报，他的差点指数会降低到5，甚至更低。

你可能就有疑问了：高尔夫球和一本销售类图书有什么关系呢？

其实，高尔夫球和成功有关，它的成功就意味着一杆进洞。

作为一名职业高尔夫球手和企业家，我知道怎样取得成功，所以当温迪·里德让我读她的大作——《买方立场：永续销售的秘密》时，我欣然接受。

当我打开这本书时，我立马就被书中的内容吸引住了。

温迪在这本书中给出了很多实用的道理，这些恰恰是我在取得事业成功时所用到的。

她告诉我们很多人——无论高尔夫球手还是销售专家——都忽视的一个事实：成功也是一门科学。

和高尔夫球手一样，销售员可以利用这门科学取得一直以来梦寐以求的成功。

温迪的技巧将会为你指明一条通往成功的光明大道。

她的方法已经帮助众多客户取得了显著的成功。

我们期待你成为下一个成功典型。

这一点完全没问题！

温迪的书完全是为那些信奉“不错远不等于完美”、不断追求进取并想成为超级巨星的销售员准备的。

你想做哪一个高尔夫球手呢？

第一个还是第二个？

相信看完这本书你就会有答案了！

葛雷格·诺曼 前高尔夫球世界冠军、成功企业家

<<买方立场>>

内容概要

《买方立场——永续销售的秘密》会为你讲述一些关键的销售准则，它们能帮助你获得并维持客户满意和长久的购买。

当买方认为你是真正为解决他们的需要而努力时，他们对你的信任自然而生，众多的订单也随之而来。

为了制订出一份吸引顾客关注和合作的计划，里德以专业人士的身份为你提供建议：

- 一定要从买方的立场考虑整个销售过程；
- 你所提供的信息以及资源一定要紧密结合买方的需求；
- 在制定策略之前，适当的市场研究是必要的；
- 对收益渠道以及预期要有清晰的思路；
- 做出的承诺一定要兑现——无论是显性的承诺还是隐形的承诺。

《买方立场——永续销售的秘密》为你重新认识、重新规划销售流程提供了一幅蓝图，教你怎样抓住竞争优势并一直保持下去！

<<买方立场>>

作者简介

温迪·福根·里德，英孚蒙特斯培训公司的创建者兼总裁，由他的公司培训过的客户遍及全球，包括甲骨文、惠普、LinkedIn公司（美国最大社交网站）、PNC银行（美国五大银行之一）、费哲金融服务公司、欧莱雅化妆品公司。

其培训公司连续数年名列销售培训行业前二十，同时是美国发展最快的公司之一。

里德荣获2006年服务行业“安永年度企业家”称号，“安永年度企业家”是世界上最负盛名的企业家商业奖项。

<<买方立场>>

书籍目录

- 第一部分 建立持久客户关系没有“万能之法”
 - 第1章 买卖协同的销售观
 - 第2章 搭桥修路，天堑变通途
- 第二部分 与客户打交道要有“谱”可依
 - 第3章 合作图谱——既要知己也要知彼
 - 第4章 影响力图谱——让你找对人
 - 第5章 竞争优势图谱——看破竞争迷局
 - 第6章 选择靠“谱”的策略
- 第三部分 实践出真知
 - 第7章 步调一致得胜利
 - 第8章 打好“信息战”
 - 第9章 一句顶一百句的高质量问题
 - 第10章 有备而“谈”
 - 第11章 你的“待客之道”
 - 第12章 终级决战
- 后记

<<买方立场>>

章节摘录

你得了“万能之法”综合征吗 “万能之法”综合征也就是我们前面所提到的“银弹”综合征，在企业和个人层面的发病率呈现不断上升的趋势。

但是这种病症的诊断似乎比较难，因为无论对企业还是个人来说，自我诊断时总是理性与偏见共存。如果你患有或是至少有“万能之法”综合征的倾向，那么怎么才能辨别呢？

其实这里是有迹可循的。

如果你有以下“症状”，就证明你是一个“万能之法”综合征的患者了。

每一笔生意都采取同一套说辞。

这些“患者”经常忽略这样一个事实：每一个客户都是与众不同的，相反，他们总是认为自己的这套方案更优越、更便捷、更强大而且更引人，所以他们不愿花时间去考虑这套方案是否符合客户的要求或是怎样去适应客户的要求。

每一笔生意都会以本公司的辉煌历史开场。

这些“患者”也忽略了这样一个事实：很多购买者往往在合作之前会对公司有所了解。

“患者”们却耗费了宝贵的营销时间去夸耀公司成就，这对客户来说都是旧闻了，只能让客户厌烦，无助于销售。

花费大量的销售支持性资源，但是收效甚微。

经验显示越多地依赖支持性资源(销售员以外的能帮助销售的人脉关系)效果反而越不好。

一些销售员寄希望于捷径，希望销售支持团队可以帮助自己销售产品或是服务，然而往往战果最为显著的销售员所动用的资源却最少，因为他们把时间花在了对产品、地区或是服务的了解认知上，设定并且努力达到销售预期，设法让客户满意。

总而言之，他们比那些严重依赖且经常依赖支持性资源的销售员付出的努力更多。

思考与练习 写出销售业绩最好的三个人，再写出最差的三个人，然后让你们的销售支持团队列出资源使用最多和最少的销售人名单。

你会发现一个很有趣的现象，这两张表人名顺序来了一个大翻转。

为什么会有这种翻转呢？

究其原因，那些业绩较差的销售员都是“万能之法”综合征的“患者”，他们依赖支持团队为他们做自己的分内工作。

总是处于很紧急的状态，尤其是月末或是季度结束的时候。

一些销售员在月末或是季度末的时候总是匆匆忙忙地投入自己所有的资源，寄希望于通过捷径或是这些资源来完成限定的销售目标。

他们没有遵循一个周密的计划，相反却把大量资源用在了效果最差的时候。

如果能在销售开始到结束的过程中合理地分配各种资源，效果要好得多。

对每位客户提出的要求照单全收。

当客户了解到这种过于周到的服务都是“万能之法”在作怪时，他们通常都很惊讶。

很多时候，一些销售员总是简单地认为如果他们满足客户的所有需求，客户就会欣喜若狂地把生意交给自己来做。

然而事实是：买和卖这个过程并不是相互独立的，销售人员不应该无限制地答应客户的所有要求。

要求买方给予一些回报可以有一石二鸟之效，一方面可以推进销售过程，另一方面可以打消买方一味压低价格的想法。

如果销售人员总是满足客户的所有要求而不要求有所回馈，就变相地助长了买方压低价格的欲望。

如果销售人员到最后阶段才拒绝买方的要求，买方势必大怒，因为他们觉得你改变了交易的规则：卖方始终要向买方妥协。

在销售的过程中，总感觉会不断地遇到“惊喜”。

这些“患者”认为他们所作的努力都会对销售有所帮助，他们的客户应该是与他们有同感，但是在日常生活中，这种情况鲜有发生。

这些“患者”一开始就认为他们了解客户的问题，他们会在客户提出要求之前给出他们想要的方案。

<<买方立场>>

随着双方沟通的不断加深，销售人员似乎开始感觉到客户的需求从不明说而且总是变化。因为他们并不确定自己的努力是否有效，这些销售员大都经历过这种“惊喜”，比如预期的下滑。

如果一个组织团体患有这种“万能之法”综合征，他们就会表现出：大量时间花在销售过程的后期，前期的工作投入时间很少。

只会注意到生意规模的缩小，不关注其他。

总是陷入一些产品或服务特点的争论中。

投资于各种各样的销售方法，但是收效甚微。

对于团队总收入或是单笔收入没有一个先期的预测。

领导决策层干预销售过程。

专注于将公司自身的发展价值信息传递给已有和潜在的客户。

P008-010

<<买方立场>>

媒体关注与评论

“《买方立场——永续销售的秘密》是在众多销售类书籍基础上的升华，是这一领域内一颗耀眼的明珠。

若你在从事复杂产品销售抑或制订解决方案之类的工作，该书将指引你走向成功。

对于这本书，不要只是读读就罢了——如果每天运用其原理与策略，它将助你取得更大的成功。

”——台亚卫星通讯公司总裁多纳尔·达利 “对纷繁复杂的商务世界里，销售主题的书籍已相当多，但该书却能独出机杼，观点新鲜、独特，紧跟时代变化。

在这本书中，针对当下盛行的以买方为中心的销售理念，里德向读者展示了一个与时代同步的路线图。

用心阅读，你将学会最有可能让你获得销售成功的方法。

”——天狼星决策公司联席总裁理查德·埃尔德 “大多数销售人员都明白在购买过程中与客户利益保持一致的重要性，然而却很少有人掌握达成一致所需要的被证明可行且能反复运用的策略。

里德在这本书中，不仅向大家提供了这种可以反复运用的策略，而且还运用一套实用的工具证明其有效性，而这套工具既可用于与客户利益保持一致，还可有于更高水平的积极协作阶段。

实际上，该书所概述的合作水平远高于很多人都有的以买方为中心的传统销售观念。

”——荷士卫国际销售咨询公司总裁约翰·戈汀

<<买方立场>>

编辑推荐

这本《买方立场——永续销售的秘密》由温迪·福根·里德著，文彦译，前高尔夫球世界冠军、成功企业家格雷格·诺曼倾情撰文推荐！

重塑客户关系的革命之作，教你如何与客户建立长远合作关系，取得突破性的业绩！

<<买方立场>>

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>