

<<破冰>>

图书基本信息

书名：<<破冰>>

13位ISBN编号：9787531722540

10位ISBN编号：7531722542

出版时间：2007-12

出版时间：北方文艺出版社

作者：郑涛

页数：232

字数：210000

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>

<<破冰>>

前言

“序”精彩摘录 何慕 中国联纵智达顾问机构总裁、首席咨询师 “销售”我理解为一场没有硝烟的战斗，但是它的精彩与惨烈的程度却一点都不亚于真正的战斗，在我二十多年的职业经历中，我做过销售，开过公司，最后到今天的咨询机构，经历过很多的企业，从刚开始的一线销售做到今天，虽然企业对于我们更多看重的是结果，但是作为奋斗在一线的陆军，整个战斗的过程却更能使我印象深刻，乃至多年后回想起当时的战斗场面时，它依然让我感到震撼。

每一次跟客户的握手带来的是心灵的激动，每一次跟竞争对手的博弈带来的是心灵的悸动，每一次跟团队成员并肩作战带来的是心灵的颤动，每一次的交锋都夹杂着智慧、体力与心智的较量。

俗话说：冰冻三尺非一日之寒。

不经历风雨怎么见彩虹。

销售是个多学科职业，需要综合运用心理学、交际学、管理学、色彩学、演讲等知识，从第一次陌生拜访开始就要潜移默化地影响客户，逐步在客户内部建立自己专业形象地位。

道理很多人都明白，那么到底应该如何应用呢？

如何运用销售技巧，结合销售语言，变被动局面为主动呢？

当市场容量一定时，如何通过销售方法来打破僵局？

销售拜访工作应该如何做计划准备呢？

如何在客户面前将自己的方案完美地呈现出来？

销售主管如何运用团队激励，如何根据企业在市场中的地位来制定绩效考核的方法，进而提升团队的整体销售业绩呢？

销售人员的专业能力模型如何应用呢？

如果你想获得更直接的实战技巧，我推荐您看这本书，它会告诉您答案。

<<破冰>>

内容概要

荣尊在中国部署多年，一直等待机会闯入一集团阵营。
一个偶然的的机会，一个毛头小子的加入，打破了企业内部的均衡。
商场如战场，有输就有赢，随着一个超级订单的浮出水面，局势越来越复杂，当年的师傅竟然是现在的对手，工作上的拍档竟然为了金钱出卖公司机密，而最亲密的爱人也竟然在最后关头……名利关前，各路诸侯大显神通，毛头小子能破冰而出，成为真正的赢家吗？

<<破冰>>

作者简介

郑涛，销售实战派专家，现任中国·联纵智达咨询顾问机构高级咨询师。
专长营销组织架构建设，销售人员绩效考核和管理，销售人员的能力培养以及销售流程的树立。

曾任某台资IT公司中国北方区销售总监，连续三年获得该公司亚太区“Top sales”奖励。
历任国内建材行业某集团销

<<破冰>>

书籍目录

第一章 初试江湖第二章 机遇第三章 销售代表 第一节 入局 第二节 困局 第三节 破局 第四节 设局第四章 大区销售经理 第一节 战机 第二节 战定 第三节 战局 第四节 战破 第五节 战灭 第六节 战胜 第七节 再战 第八节 不战 第九节 养战 第十节 战绩 第十一节 战斗 第十二节 战火 第十三节 战意 第十四节 战役 第十五节 战结第五章 大客户总监 第一节 相遇 第二节 结伴 第三节 危机 第四节 内压 第五节 疯狂 第六节 计划 第七节 行事 第八节 战斗 第九节 意外 第十节 触雷 第十一节 格局 第十二节 内线 第十三节 筹备 第十四节 呈现 第十五节 困惑 第十六节 交心 第十七节 预谋 第十八节 厮杀 第十九节 矛盾 第二十节 迷茫 第二十一节 考察 第二十二节 对垒 第二十三节 麻木 第二十四节 酝酿 第二十五节 麻木 第二十六节 抽薪 第二十七节 中招 第二十八节 拆招 第二十九节 顿悟 第三十节 招标尾声后记

<<破冰>>

章节摘录

进入销售部门的第一天，我被分到了渠道一部。渠道部一共二十多人，分为一部二部，一部负责长江以北所有省市的渠道，包括华北、东北、西北、北京、天津；二部负责华南、华中、华东市场。我的直接上级是渠道部总监——李海山。我对他的第一印象不好，他本人长得其实还算不错，最特别的地方是，他的眉心距离很短，据说这种人心眼都小；反正就是工作关系，也不涉及其他的，在谁手底下都一样。结果刚进部门就被他来了一个下马威。他在会议室跟我说：“从今天起你算是进入销售部门了，以后你要听话，做好本职工作。我这个人不讲情面的，全是靠数字说话，我只看结果，明白吗？”实际上当时的我听着似懂非懂。我就含糊地“嗯”了一声。之后我被负责带我的老业务员领走。他叫王凤山，我亲切地称呼他王哥。我对王哥的印象非常好，他教了我许多做市场的技巧，怎么去约见客户，怎么去搞经销商，怎么在地区设置代理，怎么去跟经销商沟通，等等，恰恰是这些最基本的东西，对我日后的销售工作起到了很大的作用。王哥把我叫到身边说：“你还年轻，很多事你现在也看不出来，总之在李总的手下做事，要少说话，以后你就懂了。目前我先给你讲些拜访客户的基本技巧，然后你有时间好好熟悉一下产品知识。尤其是竞争对手的。”“我是从技术部门转过来的，产品知识没问题。”我自信地说。王哥望着我，微微一笑。“你说的那只是工艺方面的，我说的是你要理解产品，用心去感受，找出卖点，你看资料上写的这些，根本没用，所有竞争对手都是这么写的，你怎么卖啊？所以你要找到卖点，找到别人不说的，这样客户才能记住你。”王哥接着说：“你是新人，首先我要强调的一点是拜访客户的时候，尽量做到不要着急，不知道的情况下，你可以不吭声，但是千万不要在客户面前信口开河胡说一气，那样客户会认为你不行，不懂行。其次，拜访客户时，要注意着装、语言，尤其要有礼貌。再次就是要多琢磨客户，比如说客户要是在下午四五点左右约你见面，那大部分人的意思就是让你请晚饭。总之，这里面学问深了，以后在工作中，我再慢慢给你讲吧。带新人还真是累。”我觉得这是我进入社会以来，第一堂真正的销售课，对我的影响很深。直到今天我在做销售的时候，还经常会想跟竞争对手相比，我有哪些是不一样的，哪些是别人忽略的。

8月20日，我跟着王哥出差去了天津，专门去走访市场，了解市场行情，了解竞争对手最近有什么动静，对经销商有什么销售政策的变动等等。我本人其实什么也不会，就是跟着王哥，看他怎么谈。每次拜访完一家经销商，王哥都会问我：“你知道我为什么要那么做吗？”“不知道，需要吧。”王哥说：“做销售就是做人。要把人做好，否则经销商有奶就是娘，凭什么跟你合作啊？咱们现在又不是什么强势品牌。”“可是王哥，你就不能直接问他最近怎么又不进货了吗？这样多省事。”王哥拍拍我的肩膀。“做市场要是这么简单，谁都可以做市场了。”

<<破冰>>

你以后多学着点，做销售急不来，慢功出细活啊。

我可能不会带你多长时间了，你以后要长点心眼儿，别那么实在。

实在是要分人的。

”大哥最后这句话听得我百思不解，不明白什么意思，但当我追问他的时候，他又说没什么了。

从天津回来后，李总把我叫到他的办公室，问我：“你过来也有一段时间了，感觉这个团队怎么样？”

”“很好啊，王哥对我不错，教了我很多销售常识，对我帮助很大的。”

”“那你以后有什么打算呢？”我一时没明白他的意思。

李总看出了我的迷茫，对我说：“我是说以后你打算做区域销售经理吗？想不想向别人证明你的能力？”

”“想，非常想。”

”“那我给你一个区域市场你能做吗？是独立运作，而且是要扛销售任务的。”

”“没问题。”

”“你还是回去想想吧，两天后找我谈谈你打算怎么做市场。”

我答应着转身要走，李总忽然又叫住我，“还有，这次出去见客户你们都谈什么了，客户反应怎么样？”

”“很普通的市场啊、产品什么的，客户反应还行吧。”

”李总很严肃地问我：“还有其他的吗？”

”“真的没有吗？你再想想。”

”“没有了。”

”李总听后，感觉好像很失望，对我说：“那你出去吧，有事我再找你。”

”从李总办公室出来，王哥突然约我晚上到大北窑水煮鱼餐厅，说要请我吃饭。

下班后我如约而至，王哥已经先到了，点了一大锅水煮鱼等我。

我们对饮了几杯啤酒，山南海北地闲扯了一会儿，王哥忽然看似不经意地问我：“今天李总叫你去，都问你什么了？”

”“也没问什么，就是问你都在天津跟客户谈什么了，还问我能不能单独运作市场什么的，搞得我莫名其妙的，不知道什么意思。”

”“那你有什么打算？”

”王哥听罢沉默了一会儿，忽然自言自语地说：“看来他比我还着急。”

”“什么着急啊，王哥您说的什么意思？”

”“以后再跟你说吧，总之你相信大哥不？”

”“相信。”

”“但是我不行。”

我真的不行，这些天都是跟着您，要是让我自己单挑肯定不行。

”“你没问题的。”

凡事别着急，细心点，不要被经销商牵着走，不行就说回去请老总决定来拖延时间，大哥用的方法你也见过了，你学着自己去运用，肯定能把市场做起来。”

”王哥的一席话，真是让我感动啊。”

我便推心置腹地跟王哥谈了自己如何运营市场的想法，王哥也耐心地为我一一指出其中的不足，我这才感到心中多少有了些底气。

两天后，我在跟李总的谈话中谈了我的想法，李总非常满意，当即把山西市场交给了我，并给我下达了任务指标。

一时间我感到肩上的压力好大。

三天后，我便提交了出差申请，动身去太原、大同，开始我第一次独立的市场运作工作。

虽然设想得比较好，但是在实际运作过程中，我被经销商弄得痛不欲生。因为我对行业不是很熟悉，根本摸不清经销商之间的利害关系，他们一看就知道我是新人，结果被经销商合伙玩得团团转，整个市场做得一塌糊涂。

出差半个月，颗粒无收。

我欲哭无泪，撞死的心都有了。

回到公司总部，李总对我一点儿都不宽容，直截了当地问我：“你还能做吗？”又说，“山西市场本来还可以，怎么你去了一趟就没有一个人进货呢？而且经销商投诉说你什么都不懂，就知道背书。”

” P19-21

<<破冰>>

<<破冰>>

媒体关注与评论

书评本书采用独特的视角和写作手法，将能力素质模型尤其是销售人员的专业能力模型这个复杂的工具，以小说人物的现实行为方式为依托生动地展现出来，严谨且不失生动性，可读性较强。

——中国专业能力素质模型专家 孙军本书不失为一本好书，是一本能够让销售人员产生共鸣的好书，一本见证了销售成长过程的好书。

——摩托罗拉中国公司北区销售培训经理 徐红光这是一本关于销售的实战教科书。作者再现了销售过程的惨烈厮杀，仿佛把我们又带回了曾经的战场，曾经拼搏的年代。书中对销售技巧的描写更是举不胜举。

——盛高咨询市场部经理 于丽有人说《输赢》是一部培训小说，我认为这才是一本真正的销售培训小说，确切地说，更像是一本励志类的销售培训小说。书中讲述了一个处于最底层的销售人员如何成长起来的故事，其间的酸甜苦辣如果没有亲身经历，恐怕永远体会不到。

——慧峰信源科技（北京）公司销售工程师 高进《破冰》读后感 读者 史亮 算算已经工作了十多个年头，从一线的销售代表做到现在的营销总监，偶尔在头脑发热甚至是酒精麻醉的作用下也曾经幻想着把自己的经历写出来对自己的人生作个总结。

于是乎在各大书店，网上订购了大量的书籍，希望可以从中找到能够帮助自己写作的灵感和方法，俗话说：“有志之人立常志，无志之人常立志”很不幸我应该被归为无志的一类，以至于到现在我依然没有写出这本书，确切的讲连像样的文章都没有写出来过。

由于工作的关系，比较喜欢销售类的书籍，尤其是酷爱商战类的小说，其中印象最深刻的莫过于《圈子圈套》和《输赢》，两本书的作者在不同的层面从不同的角度为我们勾勒出销售人员的形象，使读者看完后有种想做销售的冲动，尤其是《输赢》更是堪称是国内首部可以作为培训教材的销售书籍，但是当我把书里的知识体系拿出来培训自己的团队时候发现种很奇怪的现象——销售人员的销售业绩出现了很大的波动，尤其是那些新加入公司的销售人员他们的业绩不但没有进步，还出现了退步，原因到底在哪？

当我再次拿起《输赢》仔细阅读，字字斟酌的时候发现，原来《输赢》谈到的销售技巧、谈判技巧、挖掘客户需求的技巧、团队管理等方面的知识更适合相对比较成熟的销售人员，他们对市场有了相对准确的判断和认知，他们相对更了解客户，相对能够准确的把握到客户的需求，只是还不够系统，那么这样的销售人员运用《输赢》的知识体系就非常的适合，能够迅速的提升业绩，但是对于那些还没有成长起来的销售人员怎么办？

他们经验尚浅，阅历也不够丰富，如何缩短他们加入战场的时间？

如何让他们能够在战争中存活下来？

如何让他们在活下来的同时又可以去歼灭敌军，这些问题在一段时间内深深的困扰着我。

机缘巧合在朋友的推荐下看了《破冰》，看的是心潮澎湃，仿佛又回到当年，回到了自己刚参加工作的年代，当时大学毕业后，我很幸运又很不幸的成为了一名销售人员，之所以说幸运是因为我可以在毕业后找到一份不错的工作，虽然钱不是很多，至少可以养活当时的自己；说不幸是因为这份工作不到两个月就夭折了，我连试用期都没有过就灰溜溜的走人了。

想想当年如果能早些看到《破冰》这本书，可能会让自己少走很多弯路。

我很少能真正认真的去读一本书，《破冰》算是个例外，我想这可能源于那种同是销售人员的共鸣吧，在文章的字里行间，主人公让我感到深深的震撼，震撼的是他的那种心态，那种能耐得住寂寞，执著的追求目标，不达目的永不妥协的前行动力，让我想起现在热播的电视剧《士兵突击》，剧中的主人公可以说是被所有人讥笑的对象，可就是这样的一个人，当穿上军装经历过万千劫难依然还能保持那种甜美天真的笑容时，我的心灵感受到的是一种沉重，虽然是文学创作经过了艺术加工，现实中可能不一定真的存在这样的人，但是他们传达的都是同种理念：乐观豁达积极努力的健康人生态度，我想这也是时下的人们，尤其是年轻人缺少的一种心态。

《破冰》整本书中真实再现了销售人员成长过程的心酸，道出了我们成长过程中支撑我们不倒的一种精神，我们就象读者描写的那样，在成长的道路上披荆斩棘，一路走来我们不知道跌倒过多少次，爬

<<破冰>>

起来擦干嘴角的血迹我们继续坚持，我们不怕流汗流血，不怕输，就怕我们的人生不够精彩，就怕我们的对手不够强大。

该书对我触动比较大的一是它的实用性，二是它的真实性，之所以说实用是因为它更适合年轻的销售人员去使用，正所谓“万丈高楼平地起”，不论多么宏伟的建筑一旦失去了牢固的根基都不能够屹立不倒，就象中国的足球为什么聘请了很多教练，无论是外籍还是本土的依然不能让中国足球改头换面，众说纷纭，其实说白了无外乎是我国足球运动员的心态和基本功的问题，这也是为什么国奥队的战绩普遍好于国足的原因，因为现在的国奥队对于年轻队员的培养越来越注重心态和基本功；而对于我们年轻的销售队员如何培养自己的心态，如何树立永不服输的精神，如何在工作生活中锻炼自己的基本功，如何将书中最基本的销售技巧运用的淋漓尽致是成为提高年轻销售人员技战术水平的主要因素；之所以说他真实性是因为作者朴实的文笔和简单的叙事风格，感觉就像发生在自己身边，历历在目。

说了这么多，就一句话《破冰》是一本很MAN的书，是一本体现了男人阳刚色彩的书，是一本真正体现男人之间友谊，战斗的书。

<<破冰>>

名人推荐

琢磨销售，就是琢磨人性——《破冰——一个销售经理的手记》书评 叶雷 2月18日《上海证券报》

过去的两年，有两本谈营销的书卖得非常好，一本是曾在联想集团做过最底层销售员的王强写的《圈子圈套》，一本是曾在IBM做过销售专员的付遥写的《输赢》。

但两本书侧重点很不一样，《圈子圈套》从技术层面写，《输赢》从战术层面写，《圈子圈套》写得稍嫌专业，《输赢》则在情节上更加扣人心弦。

而我以为，手边这本《破冰：一个销售经理的手记》是集《圈子圈套》和《输赢》两书优点，并花费不少笔墨于职场励志的谈营销之作。

作者郑涛，曾经与《输赢》的作者付遥同事，曾任某台资IT公司中国北方区销售总监，连续三年获得该公司亚太区“Top sales”奖励，现任中国联纵智达咨询顾问机构高级咨询师。

《破冰》讲的就是他在这家IT公司的一段血泪经历。

《破冰》的广告语是“打破冰层，突围《圈子圈套》”，《破冰》的作者“尾声”中卖了一个关子“请关注续集”，可见作者对《破冰》引领2008年财经书市是颇为自信的。

实际情况究竟如何，各位读者可以拭目以待。

《破冰》分为初试江湖、机遇、销售代表、大区销售经理、大客户总监五章，记录了作者的成长历程。

在大学生就业形势十分严峻的背景下，毕业和失业也许就是同时发生的，而失业也许正孕育着事业。作者在失业后濒临绝望之际，依靠同宿舍哥们儿家里的某些关系，进入了坐落在京城西北的隆隆国际，开始了一个底层销售员的生涯。

品尝着失败的苦涩，体验着奔波的艰辛，一度陷入入不敷出的窘境，但他熬了过来，在不断取得业绩的同时，他成了该公司的销售代表。

都说商场如战场，不知许多时候商场或许比战场更残酷，只是不见硝烟而已。

作为一个底层销售员，就如战场上的一名士兵，往往只知道执行命令，不断冲锋陷阵，是死是活往往听天由命。

但当一个士兵屡次立下战功而被提拔成军官之后，他就不得不用大局的眼界去审视战争了，销售领域也是如此。

自从作者成为销售代表之后，他才真正认识到销售就是一场战争。

这可能就是作者使用“破冰”一词作为书名的原因所在。

“破冰”是销售培训的一个专业词汇，这种叫法起源于冰山理论。

所谓冰山理论，是指人就想一座冰山一样，意识的部分只占了很少部分，而更大部分是潜在的意识，或者说是不容易被分辨的意识，而破冰就是把人的注意力引到现在，因为注意力在现在就无法或者不容易被潜在的意识影响，这样就可以远离怀疑、猜忌、疏远，达到团队融合。

成为销售代表，在业内被看作是一个销售员破冰的标志，从此他就会以一个将领的眼光来审视销售工作。

作者在任职销售代表期间，不仅经历了“入局”，煎熬了“困局”，忍受了“破局”，也经常作为一个参与人“设局”，其中的每一个细节，读来无不伴着心灵的悸动。

人往高处走，作者经过销售代表的磨砺之后，需要一个更大的舞台。

而台资IT公司荣尊已在中国部署多年，一直等待机会闯入第一集团阵营。

一个偶然的机会，作者加入了这家公司，担任该公司的大区销售经理，打破了该企业内部的均衡。

没有永恒的朋友，也没有永恒的仇敌，只有永恒的利益，随着一个超级订单的浮出水面，局势越来越复杂，当年的师傅竟然就是现在的对手，工作上的拍档为了金钱出卖公司机密，而最亲密的爱人也竟然在最后关头离他而去……每一点无不是夹杂着智慧、体力与心智的较量 and 情感大折磨，可作者承受住了这一切，经历无数次的博弈，最后的结果是订单拆分，对手获得项目PC部分的采购，荣尊获得网络设备和网络建设部分的采购，但按照采购金额计算，荣尊无疑笑到了最后，成为最大的赢家。

由于这个订单的成功，公司老总晋升为中国区总裁，负责荣尊全面的运营；作者被提拔为中国区大客户总监，负责荣尊整个中国区的行业客户。

<<破冰>>

《破冰》的故事颇具吸引力，除了可以感受残酷的销售战之外，还可以学一学如何做企业领导。荣尊公司的陶总和李总，一个早年留学加拿大，攻读过心理学方面的课程，倾向于人性化的管理，一个在家族企业成长，有一幅唯我独尊的架势，管理总是趋向于训斥，最后大发展结果也告诉了我们未来企业管理的方向。

销售，离不开与政府官员打交道，这其中大有文章。

比如作者曾经经历过的那个“王局”，就是一个缩影。

即便不能克隆作者的做法，某些思路还是可以借鉴参考的。

男人的世界有一半是女人的，销售大军中女性经常独具魅力，那种“女人味”让一场商业战争又多了几分爱恨情仇。

<<破冰>>

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>