

<<项目性销售与管理>>

图书基本信息

书名：<<项目性销售与管理>>

13位ISBN编号：9787546338187

10位ISBN编号：7546338182

出版时间：2010-11

出版时间：吉林出版集团有限责任公司

作者：丁兴良

页数：197

字数：140000

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>

<<项目性销售与管理>>

内容概要

中国的工业品领域可谓是百家争鸣、百花齐放。同时各企业之间的竞争也进入了“春秋战国”时代，从原来的高利润简单管理进入到现在的低利润复杂管理。那么如何在现阶段保持原有经营单元的盈利性，则是中国企业当前面临的新课题。

随着全球500强大企业纷纷进入中国，中国企业走向国际化的步伐也在不断加快，越来越多的中国企业开始在国际市场上参与竞争。

但是，我们好好想一想，这些走向国际市场的中国企业都能够提供差异化和有创新意识的产品吗？都能够成为行业技术标准的制订者吗？都能够提升产品的新价值吗？都能够把价格低的优良产品卖出去吗？都能够把核心产品之外的价值体现出来吗？

在全球产品一体化改革的进程中，“中国制造”已经成为深深的烙印，我们还在扮演着全球加工工厂的角色，所以我们的商品卖不出好的价钱。

而且，国内的工业发展起步也比较晚，到现在也不过60年的时间。

但国外的工业历史至少有200年，甚至还有400多年的。

企业的基础与科技含量决定了商品附加价值的高低，于是价格也就自然成为主要的问题了。

<<项目性销售与管理>>

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Johnson & Johnson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。

<<项目性销售与管理>>

书籍目录

第一章 工业品营销中的八大困惑

困惑一：销售经理带走大客户

案例销售人员的背叛

困惑二：小企业依赖“英雄”

案例销售精英的无奈

困惑三：项目虎头蛇尾

案例项目销售前后期难以管控

困惑四：部门之间相互推诿

案例公司各部门相互“踢皮球”

困惑五：信息孤岛的无奈

案例经理“看不见，听不着”的苦衷

困惑六：政策制订左右为难

案例蒋经理的矛盾

困惑七：培养人才成本过大

案例销售人员成长困难

困惑八：过程费用难以掌控

案例张总的难题——销售成本节节攀升

第二章 “天龙八部”式的销售流程与管理

天龙一部——项目立项

天龙二部——初步接触

天龙三部——方案设计

天龙四部——业绩展示

天龙五部——方案确认

天龙六部——项目评估

天龙七部——合同谈判

天龙八部——签约成交

第三章 销售里程碑与标准化管理

销售进程管理的五个境界

衡量某销售阶段成功与否的标志——里程碑

标准化管理流程和销售里程碑的控制

第四章 项目性销售成交管控系统

对单个项目销售的管控

对企业整体销售的管控

对企业销售异常的管控

企业销售的预测工具

第五章 八大困惑的解决之道——天龙八部

困惑一的解决之道：增加控制点，组织分工精细化

案例市场总监的背叛

困惑二的解决之道：销售人员的保障体系

案例销售状元的风险

困惑三的解决之道：天龙八部销售进程管理

案例钟总的困惑

困惑四的解决之道：进行团队管控，加强内部之间的沟通协调

调

案例相互“踢皮球”，谁之错？

<<项目性销售与管理>>

困惑五的解决之道：用工作任务清单管理销售人员，用漏斗模型做好销售预测

困惑六的解决之道：销售人员薪酬考核表

困惑七的解决之道：建立工业品营销的人才培养体系

案例著名的心理学实验

困惑八的解决之道：掌握销售费用的规律

案例周总的困惑

第六章 组织管控的长青之树

项目性销售的特点

组织管控的四大原则

案例海尔的日清单

组织管控的三个建议

第七章 经典案例回顾

德莱塔公司与志高技术公司的项目运作

IMsC工业品营销研究院咨询案例运作

项目管理阶段的辅助工具

电话邀约型辅助工具

上门拜访型辅助工具

初步接触型辅助工具

技术交流型辅助工具

方案设计型辅助工具

项目评估型辅助工具

合同谈判型辅助工具

签约成交型辅助工具

结束语奔向工业品营销的未来

<<项目性销售与管理>>

章节摘录

然而真正的大企业，譬如世界500强的公司在中国却并非如此。宝洁公司每年的市场研究费用超出了1亿元人民币，而投入在培养员工的整体素质和团队合作精神等方面的资金就超出了3亿。

可口可乐同样如此，都是为了避免这种现象的发生。

销售需要英雄，但更需要科学的管理，英雄只有配合着企业发展文化这双翅膀，才能飞得高远。

如果899公司更加注重培养后备人才，巨额的经济损失应该是可以避免的。

优秀的企业总是注意发掘销售中的规律并加以科学化，那样的组合与发展，会让企业走得更好。

比如，有些人天生就是销售高手，我们称之为“英雄”，他们擅长销售，他们成功的关键在于既遵循既定流程，又总是知道下一步该做什么。

他们独来独往，业绩斐然。

不过，光靠他们还是无法实现我们所需要的全部业绩。

至于英雄无能为力的那20%的利润，我们必须由其他销售员来完成，这样一家企业的整体销售业绩才会越来越高。

然而，英雄们只会简单地对手下销售人员说：“你只要照我的方法去做就对了。

”英雄之所以采用这种管理策略，是因为他们没有一套确切的销售流程可供遵循。

更糟糕的是，当他们晋升为主管后，销售人力中便少了一位优秀的利润创造者。

到了最后，无论是高层，还是这位新上任的销售经理，都会因为无法创造佳绩而感到沮丧。

就算高层不主动解雇，这些销售高手也会主动辞职，跳槽到别家公司重操自己最擅长的旧业——销售

。

如果您的公司发生类似的情况，那么您一定要设法阻止。

要想阻止在晋升方面作出错误的决定，就必须采取一套有效的销售流程。

<<项目性销售与管理>>

媒体关注与评论

《工业品营销总裁班系列课程：项目性销售与管理》针对工业品行业大额销售的特点，提出了项目性销售与管理的系统方法和操作指南，对项目性销售及管理人员具有极佳的实用价值。

——江苏大全凯帆电器有限公司销售总监 读完此书感触很深！

书中的八大困惑跟我实际工作遇到的困惑非常吻合，感谢此书帮我解决了这些困惑，值得学习！

——远东控股集团销售人员 此书为我们打开了新营销之路，帮我们走出了销售管理的误区，解决了企业在销售管理中的问题，为企业建立科学的项目流程和标准化的销售模式提供了可复制的样板。

——丹佛斯（上海）自动控制有限公司 成功的营销中，80%靠的是科学方法，20%靠的是艺术手法。

如何将科学方法标准化，将艺术手法发挥得淋漓尽致，这在《项目性销售与管理》中得到了很好的诠释。

——南京南瑞继保电气区域总监 这是一本理论与实际案例相结合的书籍，如果能真正理解此书的核心思想，将对以后做销售（尤其是项目性销售）起到事半功倍的作用。

你也将摆脱忙而无效的工作境地。

——上海海得控制系统有限公司副总

<<项目性销售与管理>>

编辑推荐

项目性销售与管理成功=标准化+“天龙八部”
“天龙八部”——搞定项目性销售的武器

标准化——项目性销售管理的最高境界

<<项目性销售与管理>>

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>