

<<从草根到精英>>

图书基本信息

书名：<<从草根到精英>>

13位ISBN编号：9787801708342

10位ISBN编号：7801708342

出版时间：2009-5

出版时间：当代中国出版社

作者：SOHO中国

页数：122

字数：105000

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>

## &lt;&lt;从草根到精英&gt;&gt;

## 前言

销售是企业的突围之路 从中国近30年来的发展来看，最大的变化就是完成从计划经济向市场经济的过渡，到了今天，已经形成以市场为主的经济环境。而市场最核心的就是销售，如果不重视销售，企业在社会中的生存就会出问题，甚至会没有了生存的资格。

从最近一年的发生的事情来看，全球发生了百年不遇的金融危机，这对每一个公司和个人来说都是一个巨大的冲击和影响，会让很多事情发生变化，中国就处在这个变化和影响下。

这种影响所表现出来的特征就是过剩，几乎所有东西都过剩，商品过剩，劳动力过剩，生产能力也过剩……在这种环境下，企业要突围，路在哪里？

这个问题所有的企业都在探索和思考。

其实真正的路就是市场，就是销售，只有通过市场才能够真正走出去，赢得在经济危机中生存和发展的机会，其他的途径都不能彻底解决企业的问题。

无论是取得政府的优惠政策也好，获得政府的支持也好，或者能够取得一些银行的贷款等等，这些都只是在短期内有效的，是靠外力输血，而不是企业自己获得造血能力，不能够根本解决企业在金融危机环境下的生存和发展问题。

所以，销售是至关重要的，只有产品销售出去了，这个企业才是健康的，才能够度过危机。

如果产品销售不出去，这个企业就会在这次全球金融危机中被打垮。

对SOHO中国来说，销售在全公司的排位始终是在第一梯队的，是紧紧面向市场、面向客户的。作为一个公司的董事长、总经理、副总经理，头脑中首先要有的就是销售，一个企业只有以销售为先导，以市场为先导才能健康发展。

“销售为先”，就是根据销售、根据市场来确定公司所有的计划。

同时，销售也是双向的，一方面要把我们的产品推销出去，销售到市场中并且得到客户的认可；另一方面，还要把市场上客户的信息和需求反馈到公司。

对房地产来说，我们需要取得什么样的土地，要制造什么形态的产品，要开发什么户型等都是通过市场反馈回来的信息来确定的。

长期以来，提到销售，我们往往会有两个误区： 第一，有人认为不通过销售也可以让公司发展壮大。

这是过去四五年时间资本市场对房地产公司的评价，他们认为不用考核房地产公司的销售额和销售力度，只看它的土地储备就可以了。

这实际上是在经营的过程中短路了，没有完成循环，只有完成从征地、建设、设计到销售的过程，才是一个良性循环。

如果只是拿着土地到资本市场圈钱，这就是泡沫，最终是不会成功的。

第二，社会上对销售工作存在误解。

其实，销售对一个成长中的年轻人来说是最好的锻炼机会，因为它的接触面很广，接触到的是方方面面的人、形形色色的事。

对于一个刚毕业的大学生来说，如果有销售的经验是一件特别好的事情，对他（她）各种能力的提高和培养确实会起到很大的促进作用，进步也会非常快。

同时我们也看到，销售不可能是一个终身的职业，销售不可能像律师、会计师一样做一辈子，因为销售是一项需要激情的工作，而人不可能永远保持激情。

我们SOHO中国有一支最优秀的销售队伍，他们是从末位淘汰中大浪淘沙走过来的，经历了市场的洗礼和锤炼，这个团队里集合了一些能迎接任何挑战的年轻人。

我们的销售队伍是通过市场去选择的，由市场去选择我们优秀的产品，同时也由市场去选择我们最优秀的销售人员。

只有市场的选择是最公正的，我们没有什么年龄、学历和北京户口等各种各样的限制，把大家都放在同一个起跑线上竞争，英雄不问出处，付出多少就会回报多少。

在这个空间里，市场只认你的能力和努力。

## <<从草根到精英>>

到现在为止，我们销售最好的办法就是末位淘汰制。

一些人可能原来是一个非常优秀的销售人员，做一段时间后就没有热情了，对这个行业不感兴趣了，或者还有别的各种各样的原因，表现就没有原来那么突出了，可能就会离开这个队伍，同时会有新鲜的血液补充进来。

末位淘汰制我们实施了十几年时间，具体细则根据企业的发展和企业文化的丰富不断在调整变化，但大的原则没有变，因为我们认为末位淘汰还是最市场化的办法，不是由某个人去评价他（她），是由市场去评价他（她）。

我们这个队伍中有过很多传奇人物，他们在这里从纯粹的草根走向自己人生的高峰。

这本书就记录了我们这个队伍中税后年收入超过百万的销售员们的成长和经历，他们都没有非凡的背景，但他们经历了精彩的销售生涯并且成为其中的佼佼者，我为他们骄傲。

## <<从草根到精英>>

### 内容概要

SOHO中国有限公司成立于1995年，由SOHO中国董事长潘石屹和SOHO中国总裁张欣联手创建。

SOHO中国在北京城市中心已经完成的项目有：“SOHO现代城”、“建外SOHO”、“SOHO尚都”、“朝夕FSOHO”、“光华路SOHO”和“SOHO北京公馆”。

SOHO中国现正在开发的“三里屯SOHO”项目位居北京城市中心著名的三里屯酒吧街南侧，周边商业繁华，建筑面积达47万平方米。

同时，“光华路SOHO II”、“朝阳门SOHO”和“中关村SOHO”项目也在建设之中。

SOHO中国在北京CBD开发商业项目的总建筑面积位居所有开发商之首。

此外，SOHO中国还拥有两个全球知名、屡获大奖的前卫建筑项目——北京“长城脚下的公社”和海南“博鳌蓝色海岸”。

在中国建筑时代的大环境下，SOHO中国精准地把握契机，坚持独特创新的建筑理念，建造具有中国当代风格的建筑，所开发项目均成为新北京城市建设中的里程碑建筑，并对中国的城市建设起到巨大的带动引领作用。

## <<从草根到精英>>

### 书籍目录

- 第一章 好品质 金怀南 “真金不怕火炼、” 康茵 “秘密就是坚持！”  
” 王婷婷 “耐心让机会不溜走！”  
” 张晓强 “诚实是一切美德的基础，” 高宏 “满足自己的好奇心，才能做出好成绩。”  
” 杜一诺 “勤奋、努力、坚持下来，一定会有收获。”  
” 李治 “我不是一个安于现状的人” 严承民 “我喜欢挑战，奋斗目标很明确。”  
第二章 学习与成长 魏青山 “我经历了SOHO中国所有项目。”  
” 陈浩 “用心是成功的基石。”  
” 牛珊珊 “首先推销自己。”  
” 杜佳蓉 “工作让我更自信” 尚菲 “和客户交往像家人。”  
” 金凤 “成功在于积累。”  
” 李楠 “勇者不畏。”  
” 赵中华 “天道酬勤。”  
” 第三章 价值观第四章 最适合的制度第五章 团队协作

## &lt;&lt;从草根到精英&gt;&gt;

## 章节摘录

幸运不是一世的 我是内蒙古科尔沁的姑娘，学的是平面设计，和房地产一点都联系不上，有很多朋友说我不适合做房产，说我比较文静，适合坐办公室，当时就是想试试。也可能是这种不服输的劲头，让我毅然把山西悠闲的工作辞掉，来到北京。来SOHO第一天，在大家还不了解我时，就开了第一单，很多人都投来羡慕的目光，但我并没有感觉异常兴奋。

第一天，我先让我们副总监把项目简单介绍了一下，之后我就坐到自己的办公桌旁。开始打电话约客户，但是没打几个，自己的手机就开始震动了。我看了一下是陌生号码，拿起电话，电话那头说是朋友介绍他向我询问一些投资的事情，我就随口和他谈了起来，他随即就说要过来看看房源，下午他就过来了，看了我们正在做的项目，我们做的项目都是好地段，我给他认真挑选了层商铺，没想到他当天就决定购买了。

我来之前，我的副总监就跟我说过，要是想来SOHO中国，必须手里有一定的客户资源，我是大概了解SOHO中国竞争压力的激烈程度，为了能够缓解自己的压力，让自己能够及早适应这种紧张的状态，没来SOHO之前，我就开始寻找客户，问以前的朋友，找自己认识的人，提前打电话问了客户的需求，大家都说我挺幸运的，但我觉得幸运也只是一方面，我时刻提醒自己幸运是一时的，不是一世的。

幸运只会给有准备的头脑，”信任不是一时的SOHO中国为我们提供了最好的平台。我们在这个平台上尽情挥发自己的能量，丰富充实自己的生活。这才是我们所要做的。

朋友间的沟通和同事间的沟通。是要让大家接受我，认可我、信任我，客户对我的信任也是一个沟通的积累，诚心的积累，真诚地和每个人接触，这是每单成功的基础。

每个人真实和虚伪是可以看出来的，也许你一时骗过了客户。但是这种信任只是一时的，不是一世的，不管遇到什么事，我都会把客户放到第一位，处处先为客户着想。

每件事都当成自己的事用心去做，我会在努力把产品各方面都讲得非常清楚的前提下，征求客户的意见，为客户排除忧虑，这样我成交的所有的客户，和我的关系保持得都非常的好。

<<从草根到精英>>

媒体关注与评论

爱是第一只桶，自信是第一桶金。

在SOHO中国，我们坚信，不断地学习是你的职业生涯及个人发展的核心一环。

——潘石屹 人一定要有定力，有定力才能像金子一样经受住野火的考验，不管野火怎样燃烧，真金等待的就是野火悄然熄灭的那一刻。重现光芒。

——金怀南 工作是为了找到自身价值。

在SOHO中国的工作经历，给我的最大收获不是金钱，而是正确的价值观。

——魏青山 多味的人生才更加精彩，在SOHO中国工作，其实就是一种多味的生活体验，我相信很多销售员都会跟我有同感。

——马锦 物质和精神，就像鸟的两只翅膀，要同时挥动起来才能平衡。

如果只有物质，精神不发展，到最后你都不知道自己想要的是什么，生活的意义在哪儿。

——温峰 做总监考虑的不单是业绩，而是公司整体的销售水平。总监和总监之间不是竞争的关系，而是合作的关系，必须加强合作。

——贺亚楠

<<从草根到精英>>

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>