

<<销售巨人>>

图书基本信息

书名：<<销售巨人>>

13位ISBN编号：9787802493094

10位ISBN编号：7802493099

出版时间：2010-7

出版时间：中华工商联合出版社

作者：[美] 尼尔·雷克汉姆

页数：390

译者：石晓军

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>

<<销售巨人>>

前言

这又是一本关于成功销售的书，它与已经出版的众多销售方面的书籍有什么不同呢？

主要有两点：1.SPIN侧重于大订单销售几乎所有的销售模式和方法都是从销售低值产品和一个电话就可以搞定的小订单销售中开发出来的。

E.K.Strong在20世纪20年代进行了一项关于小订单销售的前驱性研究，在其中引入了许多新的销售观念，例如：特征和利益、收场白技巧、异议处理技巧、开放型问题和封闭型问题等。

90多年来，这些概念被复制、采纳、重新提炼，而这一切都假设它们应该适用于任何规模的订单销售。

。甚至有几位作者想给规模大一点儿的订单提供一些建议，也只是在那些老的销售模式上略加翻新而已。

。这太遗憾了，因为传统的销售战略不能在飞速发展且环境日趋复杂的现代大订单中发挥什么太多的作用。

<<销售巨人>>

内容概要

SPIN彻底改变了三个销售有关的领域：销售工作本身，SPIN销售技巧和模式基本上不受产品限制，只要是目标客户知购决策时间较长，参与策人数较多，决策时销售人员不在现声测验客户采购风险比较大的产品销售，都适用SPIN。

销售管理。

SPIN认为，对销售人员有效和管理不是统计他们拜访管记的数字，而是在销售拜访之前反复策划销售过程，不断练习各种准备好的销售问题，由此推动销售过程。

销售培训行业。

SPIN向传统的专业销售技能培训发起了挑战，已经得到了世界500强企业的认可和推崇。

<<销售巨人>>

作者简介

尼尔·雷克汉姆(Neil Rackham)

全球权威销售咨询、培训和研究机构——哈斯韦特公司的创始人兼首任总裁。他被称为“研究提高销售效率和成功率先驱者”，并成功地将研究和分析的方法引入销售队伍管理的视野，是人们公认的成功销售先锋，受到全球广泛的赞誉。由于成功开发了SPIN销售模式，奠定了其在全球销售研究领域的泰斗地位，本书就是其最具代表性的成果。

<<销售巨人>>

书籍目录

前言前言上篇 理论篇 第1章 销售行为和成功销售 第2章 晋级承诺和收场白技巧 第3章 大订单中的客户需求调查 第4章 SPIN提问模式 第5章 大订单销售中的能力证实 第6章 能力证实中的异议防范 第7章 初步接触 第8章 理论转化为实践 附录A SPIN有效性的评估 附录B 收场白技巧运用的态度倾向
下篇 实践篇 第9章 实践手册的使用说明 第10章 重温SPIN模式 第11章 自我测试 第12章 销售会谈的四个阶段 第13章 SPIN发挥效力的基石 第14章 注重买方的需求 第15章 背景问题 第16章 难点问题 第17章 暗示问题 第18章 需求一效益问题 第19章 能力证实 第20章 SPINe技能锐化 第21章 三种方式帮你走得更远

<<销售巨人>>

章节摘录

插图：在芝加哥奥黑尔国际机场我如约见到了某公司的营销副总裁，随后便驾车前往芝加哥。寒暄之后，他便开门见山：“我请你做这次调查是因为目前我们的销售业绩下滑了30%，我想你应该知道，我们是世界100强企业之一，在员工招聘和培训方面都下了不少工夫，可是结果却不尽如人意，我打算请你们和我们的销售代表一起工作一段时间，看看问题到底出在哪儿。

”这是一个绝好的机会！近几年来，我的公司一直从事行为分析系统的开发工作，这就要求我们认真观察销售人员的每一个工作细节，分析研究他们所用的哪一种销售方式是最成功的。

我欣然接受了这个可以尝试新方法的机会。

之后，我们的研究小组和该公司的一些部门经理启动了这项工作，观察销售人员在整个销售过程中是如何工作的。

之后的两个月中，研究工作进展顺利，并有了初步结果。

我们准备去见那位营销副总裁，并把这一切告诉他。

在会议室里当我站起来对副总裁及其销售主管开始发言时，我就已经预料到了他们不会喜欢接下来我所要说的一切。

我决定先把最简单的部分说出来：“我们一共观察了93个销售过程，而与我们一起工作的这些销售人员中，一部分是你们公司里最优秀的，另一部分是比较(我用了一个很柔和的词)优秀的。

”“是的，”他不耐烦地说，“直接说吧，你到底发现了什么？”我小心翼翼地建议：“让我们先来讨论一下在成功销售过程中应该做些什么，然后比较分析这两类销售人员之间又有什么不同。

我们发现……”

<<销售巨人>>

编辑推荐

《销售巨人：大订单销售训练手册(理论篇+实践篇)(全新升级版)》：大订单销售权威教材，全球销聚超100万册35000个销售实例跟踪研究超过一半的全球500强企业用SPIN来培训他们的销售队。

在西方，一种专门用于大生意销售的技巧和工具——“SPIN Selling”被广泛应用。

有超过一半的全球500强企业用它来培训他们的销售队伍。

SPIN Selling包括四个环节：背景问题(Situation Question)难点问题(Problem Question)暗示问

题(Implication Question)需求-效益问题(Need . Payoff Implication)简单地说，SPIN Selling是一种向客户提问的技巧和开发潜在客户需求的工具，它专门应用于大订单销售且十分有效，是所有大客户销售经理必须掌握的专业技能。

目前，国内接受了SPIN Selling销售概念并加以应用的有：中国电信、中国联通、华为通讯、阿里巴巴、宝山钢铁、豫园商城、金地地产、奥迪汽车、克莱斯勒、深圳邮政、艾默生电器等。

<<销售巨人>>

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>