

<<销售模式新生代（第2版）>>

图书基本信息

<<销售模式新生代（第2版）>>

内容概要

现如今，销售人员仅仅依靠产品或服务的特性和优点取胜是不够的，买家往往更看重销售人员是否值得信赖。

为了在当今的销售领域占领一席之地，销售人员应该清楚如何迅速获得长期且稳固的关系资本，并与客户建立起长期稳固的伙伴关系。

凯斯·达格代尔、大卫·兰伯特所著的《销售模式新生代：世界上最聪明的销售(第2版)》提供了一整套完善的建立伙伴关系的新生代销售模式——IOWEU销售模式，以适应不断变化的商业环境。通过易于理解的真实情景式案例，帮助销售人员更好地了解买家的行为与偏好，赢得买家的信任，建立起牢固可靠的、彼此信任的伙伴关系，从而在根本上提升销售的成功率。

《销售模式新生代：世界上最聪明的销售(第2版)》适合企业销售团队的负责人、一线销售人员以及销售培训师阅读使用。

<<销售模式新生代（第2版）>>

作者简介

凯斯·达格代尔（Keith Dugdale） 全球销售培训公司——IOWEU国际的合作创始人，IOWEU国际包含一百多名认证教练及辅导员，业务遍及二十多个国家；瑞雷特·维真（Related Vision）公司现任董事，帮助企业大力提高业务关系，即关系资本的质量和价值。

凯斯曾在很多文化情境中生活、工作过，包括英国、中国、新加坡、澳大利亚等。

他一直在人力资源开发和商务开发领域担任高级职位。

大卫·兰伯特（David Lambert） IOWEU国际公司的合作创始人，并在商务开发、市场营销、沟通及培训领域担任要职。

目前，大卫致力于发展IOWEU国际业务，在各种会议及研讨会上演讲，并在全球范围内讲授IOWEU培训课程。

书籍目录

第一章 销售模式新生代——IOWEU销售 1.1 传统的销售已经Out了 2 1.2 新生代销售策略 6 1.3 IOWEU的内核——关系资本 9 1.4 IOWEU模式的销售之旅 11 1.5 顾客、客户、账户背后的潜台词 17 第二章 懂点销售心理学——别人眼中的你 2.1 消费者对你的看法很重要 22 2.2 你是谁 24 2.3 测试一下你的行为模式——八维行为评估 26 2.4 制订八维行动计划 34 2.5 搞清楚他人的真正想法 35 2.6 销售人员行为大调查 35 第三章 珍惜你的客户关系 3.1 销售人员与客户关系大揭底 40 3.2 信任才是最有力的敲门砖 50 3.3 明白买方如何想才重要 54 3.4 改善买卖关系的制胜法宝——让客户每次都有收获 57 3.5 帮客户搞定一切 66 3.6 关系矩阵 66 第四章 “吃透”你的买家 4.1 买家类型大分析 73 4.2 买家类型、特点及影响力 77 4.3 买家在销售中的角色扮演 80 4.4 买家的个人偏好及应对之策 84 第五章 成为客户最值得信赖的盟友 5.1 怎样的开场白才能突破买家的防线 91 5.2 千万不要忽视个人的力量 96 5.3 最有效的销售思维工具——“我、我们和您” 98 第六章 帮客户发掘真正的价值所在 6.1 IOWEU销售模式的核心工具——SHAPE询问法 110 6.2 挑战现状的表层性问题 113 6.3 寻求挑战的开拓性问题 116 6.4 转变方向的调整性问题 119 6.5 寻求未来积极成果的规划性问题 123 6.6 付诸行动的参与性问题 127 6.7 SHAPE询问法的掌握 129 6.8 简单易学的SHAPE式提问 131 6.9 识别问题范围的方法——五项关注法 132 6.10 提问的好帮手——价值量表 133 第七章 实现战略性销售 7.1 销售的对话层级 140 7.2 为不同买家量身定制的对话层级 143 7.3 多样化提问 149 7.4 八维行为模式在提问中的应用 152 第八章 赢得客户信任的销售诀窍 8.1 确认和阐明——CC笔记的妙用 156 8.2 无提案的IOWEU销售 163 8.3 工作计划草案 166 8.4 别被价格谎言所蒙蔽 167 第九章 成败在此一举——决胜销售演讲 9.1 你的听众 171 9.2 演讲的结构 174 9.3 销售就要会讲故事、会举例 177 9.4 表述是否到位 179 9.5 问答环节莫紧张 185 9.6 演示要有画面感 189 第十章 成为最聪明的销售——将IOWEU付诸实践 附录 销售人员工具箱

<<销售模式新生代（第2版）>>

章节摘录

版权页：插图：销售过程常常被比作一段舞蹈，在买卖双方最终成为合作伙伴之前，彼此会相互环绕。

我们已经探讨过卖方主导双方的倾向，卖方主导并控制着谈话节奏以及程序的进行，同时，我们也已经表示，由买方来主导双方会面是不错的选择。

当舒缓的华尔兹是较为恰当的选择的时候，卖方通常会跳出探戈的舞步。

卖方认为其了解买方的需求，并将此问询过程以某种方式进行下去，他们还会认为这会有助于展示产品。

然而，问题在于这个过程对于买方来说并不舒适。

与此不同的是，IOWEU销售人员更专注于帮助买方，并通过每一次和买方的交流来为其提供价值。

他们达到这个目标的方法之一，就是通过有效的提问，来使买方搞清楚他们需要优先完成的事情。

本章将介绍SHAPE问询过程，这是IOWEU销售人员使用的核心工具。

很多备受欢迎的销售过程所具有的另一种模式就是关注现存问题或历史性问题。

然后，卖方会考虑如何即刻解决买方由此而承受的痛苦。

沟通大师史蒂芬·柯维（Stephen·R·Covey）建议“知彼解己”，而IOWEU销售人员有不同的方法。

相比过去，他们更想要了解未来，更愿意展望长远的未来蓝图，然后使买方进入正轨——探讨并解决现存问题。

这会促使双方进行更加积极的对话，并开创出人们希望看到并且自身可以施加影响力的未来。

我们知道，为了发掘客户需求，销售人员一般会花费其80%或更多的时间来进行提问以了解确切情况。

他们不关心这些情况是否与买方需要解决的问题有关，而只关心自己能够解决的问题。

然后，在接下来的时间里，他们会努力地在交易“结束”之前来展示其产品或服务是如何解决客户的问题的。

从本质上来讲，这就像一把锤子在寻找自己能够击中的钉子。

而双方谈话往往以如下方式进行：现状，现状，现状，现状，现状，现状，现状，问题，解决办法。

正如《大订单销售》（Spin Selling）一书的作者以及顾问式销售首席设计师尼尔·雷克汉姆在《销售的终结》（Selling is Dead, 2005）一书中提到的一样：“多年来，我一直认为传统销售模式过于依赖问题解决方案的销售。

如今，最具活力的增长机遇来自于提供差异化产品。

采用问题模式的销售人员通常需要很久才能够发现机遇。

我们所需要做的是寻找一种方式，鼓励人们尽早在销售过程中寻找到机遇。

”

<<销售模式新生代（第2版）>>

编辑推荐

《销售模式新生代：世界上最聪明的销售(第2版)》编辑推荐：现如今，销售人员仅仅依靠产品或服务的特性和优点取胜是不够的，买家往往更看重销售人员是否值得信赖。为了在当今的销售领域占领一席之地，销售人员应该清楚如何迅速获得长期且稳固的关系资本，并与客户建立起长期稳固的伙伴关系。

世界在改变，你依然固守旧方法吗？

你总是觉得买家亏欠你吗？

你经常会被买家断然拒绝吗？

应当如何赢得买家对你的信任呢？

如果你与买家的沟通存在障碍，又该怎么办呢？

如何确定谁才是潜在的消费者呢？

在《销售模式新生代：世界上最聪明的销售》这本书中，作者提出了新生代销售方法——IOWEU，即销售人员应当以一种为买家着想，多为买家提供价值的心态去开展工作。

灵活运用此书中介绍的方法，你便能与客户更进一步地交流想法，赢得他们的信任，改善与客户之间的关系，帮助客户选择最佳匹配的人员，使顾客更愿意和你会面……

<<销售模式新生代（第2版）>>

名人推荐

顾问式销售的成功之处在于，与顾客的每一次会面都能为顾客创造价值，但很少有销售人员明白这一点。

本书含有很多有益且实用的想法，能够帮助销售人员提高创造价值的 ability。

——尼尔·雷克汉姆 畅销书《大订单营销》作者 《销售模式新生代：世界上最聪明的销售(第2版)》包含的工具将帮助任何有意愿的销售人员进行变革，从一名使用传统销售方式的销售人员转变为顾问式销售人员，并最终成为一名值得信赖的顾问。

——查尔斯·H·格林，《信赖的顾问》作者 《销售模式新生代：世界上最聪明的销售(第2版)》中的IOWEU工具为阿迪达斯开发顾客关系战略提供了框架，并有助于“最优”销售人员的开发。

”——安德鲁·盖兹，阿迪达斯集团亚太区销售副总

<<销售模式新生代（第2版）>>

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>