

<<生存期销售系统训练>>

图书基本信息

书名：<<生存期销售系统训练>>

13位ISBN编号：9787301178287

10位ISBN编号：730117828X

出版时间：2010-10

出版时间：北京大学出版社

作者：秦毅

页数：185

字数：167000

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>

## <<生存期销售系统训练>>

### 内容概要

生存期与入门期最大的不同是，销售人员开始正式承担明确的业绩压力。在之后的一年左右时间，无论是主动的还是被动的，销售人员离职的比率都是最高的。因此能否顺利拿下第一单就成了销售人员的生死关。

生存期的销售人员，因为肩膀上有了明确的业绩压力，再加上知识和技能水平都不高，所以其内心比较彷徨无助。

此时如果不进行有效的培训，将会严重挫伤销售人员的积极性，甚至毁了一个有潜力的好苗子。

针对生存期销售人员的特点，本书重点阐述了客户决策与推销过程、客户知识的掌握与应用、电话预约的步骤与技巧、如何有效了解客户的采购背景以及生存期销售人员自信心的塑造与培养等问题，意在通过由面到点的系统描述，帮助生存期的销售人员熟练掌握，同时给企业各级销售队伍的管理者们辅导和培训生存期销售人员，提供了有益的参考。

## <<生存期销售系统训练>>

### 作者简介

秦毅，实战派营销管理体系设计专家、管理者及销售人员进行系统培训专家。  
北京大学光华管理学院营销管理专项MBA、北京师范大学发展与教育心理学硕士、国家注册咨询师、  
国家注册职业指导师。

北京大学企业家研修中心、国务院企业调查中心、中国企业家协会等多家机构特聘营销管

## <<生存期销售系统训练>>

### 书籍目录

阅前总自检前言引子 鹰的一家第一章 生存期销售人员的培训要点 一、生存期销售人员的七大挑战 二、生存期的培训要点第二章 客户知识的掌握与运用 一、客户知识及掌握现状 二、客户知识包含的内容 三、应用客户知识时应注意的问题第三章 客户心理与推销步骤 一、客户心理第一阶段：感觉良好 二、各户心理第二阶段：确定需求 三、客户心理第三阶段：评估比较 四、客户心理第四阶段：决定购买第四章 电话预约的步骤和技巧第五章 了解客户背景的方法与技巧第六章 销售人员自信心的塑造与培养参考答案

## <<生存期销售系统训练>>

### 章节摘录

第一章 生存期销售人员的培训要点 一、生存期销售人员的七大挑战 生存期的四大特点  
普遍来讲，处在生存期的销售人员，表现各异，差距明显，面对的市场和公司的管理环境也多有不同，但总体来讲，他们的境况在四个方面具有相当大的共性。

有明确的业绩或任务指标 与入门期不同，处在生存期的销售人员，最明显的特征就是：开始承担明确的业绩压力，虽然大多数企业都不会给新人太重的担子，但是对于这些新人来讲，从“0”到“1”肯定是一个质的飞跃。

生存期的定义及时间长短 本系列的第一册《入门期销售系统训练》中曾谈到，销售人员在一家的成长有四个时期，其中生存期是第二个阶段，一般指一个销售人员开始承担具体的业绩压力后的一整年的时间。

当然，具体的生存期的长短，因企业不同会有较大的差异。  
一般来讲，企业所经营的产品越复杂，如工业品、系统配套解决方案、复杂设备等，新聘销售人员的生存期就越长，通常会超过一年。

反之，如果企业所经营的是日常消费类产品，如饮料、食品、自行车、化妆品等，其销售人员的生存期一般较短，往往会在半年之内。

是否承担业绩压力，从一个销售新人的心理角度来看，其状态也完全不同。  
即便是该新人之前曾经有过相关的销售经验，但对于新的环境来讲，这也是他在新的环境下第一个展示自我的机会，就像一个即便有些经验的士兵，当加盟新的连队、面对新的战斗任务时，也会有压力，也会紧张。

而这种压力，对于从未有过独立作战经验的新兵来讲，就更是前所未有！

## <<生存期销售系统训练>>

### 编辑推荐

打动客户拿下销售第一单，减少销售人员的淘汰率。  
全程全能的实效培训，为每个阶段的销售人员量身订做的成长方案。

<<生存期销售系统训练>>

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>