

<<销售业务的最佳开始>>

图书基本信息

书名：<<销售业务的最佳开始>>

13位ISBN编号：9787506038379

10位ISBN编号：7506038374

出版时间：2009-5

出版时间：东方出版社

作者：马克·库克

页数：308

译者：曹熾恒

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>

<<销售业务的最佳开始>>

前言

我在推荐一本书之前，会考虑四个方面：作者、原理、实用性以及该书带给读者的视野。本书在这四个领域的表现均超凡，是一本经典佳作，任何率先从中吸收应用精华的个人或公司都将有所收获。

首先，来看作者，我了解马克的工作，同样重要的是，我也清楚他的过去，他受到家族传统的影响，素来注重人文素养的提升。

马克早在富兰克林柯维公司(FranklinCovey)服务时便表现出对业绩成长的专注，他积极寻找成长的机会，以创造更多的利润。

马克曾经协助我们拓展商店的销售，使之成为世界上最受关注的全国性连锁专卖店之一。

他不断通过新的商品目录、训练及出版开拓生意，是一个聪明的推销员、一个罕见的领导者。

在他职业生涯的早期，曾为我的儿子小史蒂芬·柯维(Ste-phenM．R．Covey)工作过，我儿子说他是一个“货真价实的销售力领导大师”。

马克不改其志，创立了一项成功的科技新兴事业，现在则为坦纳(O．C．Tanner)——一家杰出的绩效顾问公司效力。

所以，你绝对可以信赖他在销售策略方面的经验。

其次，来看本书背后的原理：扫除工作中的无形障碍，提供符合人性的需求，创造真正的价值，促进部下协同合作并让他们专注于工作本质、提供给他人建议以及表彰其成长佳绩。

马克向业界许多优秀的领导者取经，展现出最为新颖的策略差异化因子，使这些看似基本的原则对追求事业上的成功来说弥足珍贵。

<<销售业务的最佳开始>>

内容概要

本书归纳出销售业绩成长的八大领导策略 1.做好体检再出发； 2.点燃追求绩效的热情； 3.拿下快速通关券； 4.派出最佳出场阵容； 5.有效期望； 6.专业教练指导术； 7.建立回馈与反应的双向沟通； 8.加强奖励。

本书每一章探讨一个策略。

我不打算长篇大论，而会运用引述、比喻及案例，还有专家的专业意见来阐述这些观点。

不论你是做外勤销售还是内勤支持，本书都将方便你了解并运用每一个策略。

这些策略虽然各自独立，但是也有一套顺序；销售大师运用这些策略如行云流水般且和谐一致。

前三个策略旨在帮助我们做好准备；策略四以及策略五为我们提供获得团队成员承诺的新办法；最后三个策略则用来提高我们的领导力。

每一个策略都构建在前一个策略的基础上，以准备、承诺、领导这样的顺序构成了一套整体概念。

<<销售业务的最佳开始>>

作者简介

作者:(美)马克·库克(Mark Cook)

<<销售业务的最佳开始>>

书籍目录

推荐序前言 卓越成长的雄壮诗篇策略一 做好体检再出发 策略内涵 致命的弱点与干扰 解决方案：做好体检再出发 发现弱点 策略的差异性 体检后该做什么 结语策略二 点燃追求绩效的热情 策略内涵 公司与销售人员渐行渐远 解决方案：点燃追求绩效的热情 俘获销售人员的心 玛雅金字塔论 追寻之道——内化 点燃热情的三个步骤 策略的差异性 策略位置策略三 拿下快速通关券 策略内涵 只有一人胜出 解决方案：拿下快速通关券 做功课与建立关系的前提条件 做功课如挖新闻 策略差异性 快速通关券的战略位置策略四 派出最佳出场阵容 策略内涵 僵化不变的组织架构 解决方案：派出最佳出场阵容 竞争求胜 经营关系或是苦干实干 正式化的弹性组织 通力合作的销售明星 成功的分析型销售人员 显赫的履历 过程：应用深度图于销售推广中 找对机会 放下自我的系统 深度图的策略性差异策略五 有效期望 策略内涵 过于一般、失去准确性的期望 解决方案：有效期望 运用活化因子 启动期望的有力靠山 过程 策略位置策略六 专业教练指导术 策略内涵 破除三大恶习 解决方案：专业教练指导术 第一个特性：可敬的领导者 第二个属性：随时随地激励人心 第三个属性：示范有益的行动 过程：有没有按部就班的指导术策略七 建立回馈与反应的双向沟通 策略内涵 帮倒忙的错误意见 解决方案：提供回馈与追踪后续行动的三大阶段 第一个步骤：保持沉默或畅所欲言 第二个步骤：运用心态错误的观念 第三个步骤：提出要求响应的建设性回馈 RSVP的策略差异性策略八 加强奖励 策略内涵 拙劣的理由、实施方式与奖励 解决方案：更好的理由、实施方式与奖励 更好的理由 更好的落实——专业技能的倒影 策略的差异性：支持个人的成功结语 销售大师成功制胜的捷径 最初的承诺 销售大师的丰功伟业致谢

<<销售业务的最佳开始>>

章节摘录

插图：(2)快速处理可能蔓延的常见问题。

同样的道理也适用于追求收益增长上，做好体检可以避免一些妨碍销售人员，使得他们无法专心完成主要任务的重大问题，也就是说，在引导众人朝一个新的方向前进之前，要找出不易发现与难以面对的问题，并加以处理。

一位知名企业的副总经理曾经这样问：“小事情真的有那么大的杀伤力吗？公司又不会因此倒闭。

”也许一位销售人员跑去做公司已经花钱请人处理的行政工作是一件小事情，可是如果这样的事变成一种惯例，并且在销售人员之间成为常态，使得客户越来越难以见到他们、听到他们的声音，那么公司业绩就会一落千丈。

就算收入补得回来，但失去的时间却永远不能弥补，而时间正是关乎成长的第二大关键因素。

另外。

某些经理人或高层觉得不起眼的问题，对处于前线的销售代表来说却事关重大。

我曾遇到过这样的事：一名主管听到了一个小抱怨：因为公司健康保险方案的疏忽，使得给付范围不包含某个医疗项目。

没什么大不了的。

不是吗？可是底下一些受到影响的员工开始向周围的每个人抱怨这件事情。

对大多数人来说，保险范围少一个项目并不是什么大事，顶多批评一下相关人员而已。

然而，一群子女年纪还小的销售人员则受到很大的影响。

有些人的家庭支出因此要增加2.5万美元。

由于这个保险计划沿袭过去的做法，而且是公平地考虑到全体员工，所以管理阶层并没有特别留意这个问题。

不过，受到影响的人却经常把注意力放在如何解决那多出来的2.5万美元的支出上，而非销售活动上面。

对经理人没有影响的问题常常看起来是无害的、几乎可以视而不见的，但站在销售人员的角度来看，这些问题却非常重要。

<<销售业务的最佳开始>>

媒体关注与评论

在我的职业生涯中，我读过很多销售类的图书，而它们中的大多数不具有实用性。

本书向我们描绘了一个真实的世界，其具有前瞻性的策略是每一个销售领域的领导者都应该了解的。

——Glenn Seninger, 甲骨文公司区域副总裁伟大的销售专家能够创造令人惊奇的成果，而他们都有一些共同的特质。

本书记载了这些销售大师的事迹，并直指创造卓越销售业绩的核心……这是一本任何一位急需突破销售瓶颈的销售领导的必读书。

——Tim Treu, 坦纳公司执行销售总裁我向所有商界领导者推荐此书——而不仅限于销售专家...

——本书所提供的原则对任何一位有志于增强核心竞争力、提升个人发展及事业高度的领导者皆具有重大意义。

——Bryan Wilde, 富兰克林柯维公司人力资源副总裁本书建立在大量实例的基础上，库克所描述的领导者风格会为所有重视持续上升的经营业绩的公司带来质的变化。

——Steve C. Whedwtght 博士, EdsI Bryant Ford, 哈佛商学院商业管理系名誉教授

<<销售业务的最佳开始>>

编辑推荐

《销售业务的最佳开始》集合全球最佳商业图书打造企业顶尖培训教材。
销售1234一看就会：1、独家访问全球数十名顶尖销售主管，2、总结出伟大销售员的八大策略，3、做什么为什么做怎么做，4、从招兵买马到岗位培训。
从销售入门到团队管理，从开始就发现可能的弱点。

<<销售业务的最佳开始>>

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>