

<<如何创造顶级销售力>>

图书基本信息

书名：<<如何创造顶级销售力>>

13位ISBN编号：9787561341612

10位ISBN编号：756134161X

出版时间：2008-2

出版时间：陕西师范大学

作者：[美]马克·马荣[M

页数：176

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>

<<如何创造顶级销售力>>

内容概要

《如何创造顶级销售力：世界领先组织的最佳做法》一书向我们披露了十七家世界领先组织在当今复杂的销售环境中如何重新定位的过程。

来自诸如万豪国际集团（Marriott International）惠普公司、南方贝尔公司（BellSouth）、富士—施乐公司（Fuji—Xerox）以及TD道明理财公司（TD Waterhouse）等企业对企业（B2B）或企业对客户等公司的专业销售人员、公司领导探讨了他们如何积极进取、如何实施最前沿的解决方案以保持竞争力。

<<如何创造顶级销售力>>

作者简介

作者：(美国)马克·马荣 (美国)塞勒斯特·伦斯福特 译者：杨文华 秦德智

<<如何创造顶级销售力>>

书籍目录

前言致谢 引言 第一章 当代销售组织所面临的挑战 全球化 竞争 客户购买行为的变化 复杂的销售周期 提高的业绩期望 内部资源限制 以销售制胜的战略克服挑战 第二章 拓展复合渠道战略 制定渠道战略 管理渠道冲突 最佳做法与教训 第三章 考核销售队伍部署 共同结构 选择哪一个？

最佳做法与汲取的教训 第四章 利用销售技术达到成功销售目的 技术与成功的销售组织 市场挑战和销售技术解决方案 成功销售的技术策略 最佳做法与汲取的教训（未来的销售技术）第五章 采用咨询性销售方法 什么是咨询性销售？

几十年过去了，到底发生了什么？

既然如此，为何还要劳神？

咨询性销售总是解决问题的灵丹妙药吗？

客户想要什么？

平衡客户潜力和销售成本 客户关系能否在销售影响力阶梯上移动？

最佳做法和汲取的教训 第六章 销售队伍的技能再培训 能力界定超级销售明星 甄选的重要性

通过培训开发新技能 最佳做法与汲取的教训 第七章 重新定义销售管理 当代销售经理面临的挑战 成功的销售管理所需的技能 管理风格的冲击 最佳做法和汲取的教训 第八章 创建制胜销售文化 组织与销售队伍文化 成功的销售组织如何创建销售文化 管理就是对文化的指导 最佳做法与汲取的教训 第九章 客户需求更多——购买行为和态度 客户想要更多 客户想购买什么？如何购买？

客户的购买习惯 最佳做法与汲取的教训 第十章 结论 制胜战略总结 根本观点 深刻理解客户意见 一个最终的思考——我们怎样处理这些信息？

附录A 成功销售的五个角色——一项关于成功销售指标的调查 附录B 销售人员能力评估 附录C 销售经理评估

<<如何创造顶级销售力>>

章节摘录

第一章 当代销售组织所面临的挑战当代销售组织所面对的挑战错综复杂，有时是外部驱使，有时是内部逼迫，还有时是内外共同作用的结果。

外部的“宏观”挑战包括影响着组织销售与开展业务方式的市场力量，如产业结构变革、全球价格、需求及规章制度等等。

例如，兼并与收购活动促使产业联合，从而减少了供应商原本拥有的客户数量，这样就迫使组织对其销售战略进行重新评估。

我们调查的一家公司就是由于兼并与收购使原有客户基数从12个减少到只有3个。

此外，全球价格的下降会促使生产商建立一种新的独特的方式以区别于其他竞争者。

比如，纸张和一些木制产品的价格已被迫降至很低，以致生产商不得不开拓出创新的增值服务以确保能从众多的竞争者中脱颖而出。

客户购买行为的变化也是组织面对的一个外部挑战，这些大多是“微观”趋势，比如，要求越来越高且更懂行的客户影响着销售组织与客户之间的互动。

由于如今的客户对产品的价格和性能更为熟悉、更为在行，所以销售人员需要重新思考他们的销售方法。

当供应商的能力（寻求差异性）不断提高，挑战也随着时间推移与日俱增，最终提升了客户的期望，激励了竞争效应，因而使得产品差异逐渐消退，从而又有了对新产品和服务的需求，这种循环永无止境。

最后，销售组织还有些必须面对的内部挑战，随便举几个例子，如降低成本的内部压力、人员流动、兼并与收购等。

不过这些挑战并不完全是不良的，如果能适时运用正确的战略，这些挑战会给组织的改进和发展提供很好的机遇。

尽管我们采访的公司在不同的行业运作，具有其特定的环境（如有些是分离出来的，而有些是合并的），但是我们所研究的所有公司在市场运作方面都面临着相似的挑战，而这些挑战对于大部分公司来说都是关键的驱动力，关系着追求何种战略，如何运作他们的销售组织。

全球化、兼并与收购、降价与残酷的竞争只是当今企业面临的为数不多的挑战之一，我们所研究的公司也不例外。

在这些领域，有些趋势是新的，比如销售技术的最新进展，营销新渠道，包括电子商务，以及能从网上获取信息的更懂行的客户等等；而其他的，如全球化与价格压力则已经存在一段时间了。

为应对这些挑战，组织需要同时注意新旧两种战略。

本书对销售组织在面临以下所讨论的挑战时制定和实施这些战略的最佳做法进行了探讨。

<<如何创造顶级销售力>>

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>