

<<增值销售课堂-我的管理课堂16>>

图书基本信息

书名：<<增值销售课堂-我的管理课堂16>>

13位ISBN编号：9787313044914

10位ISBN编号：7313044917

出版时间：2006-7

出版时间：上海交通大学出版社

作者：Ang,

页数：138

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>

## <<增值销售课堂-我的管理课堂16>>

### 内容概要

《增值销售课堂》为“我的管理课堂”系列之十六。

该系列书2006年被清华大学选定为“清华大学企业管理网络培训研究生进修项目”指定辅导教材，以及中国电信选定为“商务领航企业网校”指定的配套教材。

《增值销售课堂》主要讲述了销售工作所要经历的几个基本阶段以及在各阶段如何采取合适的销售策略。

主要内容包括客户信息的收集、产品呈现技巧、客户异议的处理、关单技巧以及各个销售阶段的增值策略等。

可作为企业内部销售培训教材，也可供个人提升销售能力阅读。

帮助管理者成为培训师丛书特色：系统性 围绕当前企业最关注的几大课题：管理精要、冲突处理、客户服务、商务礼仪、创新管理、有效授权、销售管理、增值销售…… 实用性

这是一套着眼于“如何做”的实用手册，以实践为导向，将理论融于每一个操作步骤中。

内容接受大量来自企业商务人士的反馈意见，经长期积累形成，具有切实的针对性、简捷性和实用性。

专业性 编著者有来自跨国企业的高层管理者，有著名大学从事管理教育的教授，也有知名的培训师，使丛书的内容能够中西管理结合，理论与实践兼顾。

丛书的内容已被联想、中外运、平安保险、太平洋保险、中国电信、盛大网络、爱立信、上海干部在线学习城等国内外著名企业和政府部门纳入其培训课程中。

2006年被清华大学选定为“清华大学企业管理网络培训研究生进修项目”指定辅导教材，以及中国电信选定为“商务领航企业网校”指定的配套教材。

互动性 学习者可随时登[www.powerplus.com.cn/book](http://www.powerplus.com.cn/book)学习与丛书配套的网上课程（E-learningcourses），下载幻灯片文件（PowerPoint文件），增加学习的趣味性和互动性。

## 作者简介

Tim Ang, 1976年毕业于哈佛商学院, 获得MBA学位。  
拥有35年管理咨询经验。

作为埃森哲公司在中国区的合伙人, Tim Ang参与了埃森哲(中国)公司的组建工作, 将埃森哲从1995年的30人发展到1998年超过100人的团队。

提供过咨询服务的行业包括: 制造业、零售业、保险业、政府机构、银行、海洋勘探等。

1998年至今, 担任马尼拉Aptima资源公司的首席执行官。

<<增值销售课堂-我的管理课堂16>>

书籍目录

第一部分 销售基础	第一单元 销售的准备和接触阶段	第一课 销售计划	第二课 销售拜访的准备工作	第三课 销售的接触阶段	第二单元 信息的收集阶段	第一课 提问技巧	第二课 提问的流程及挖掘客户需求	第三单元 销售的呈现阶段	第一课 呈现公司和产品	第二课 克服客户异议	第三课 价格的呈现和异议的处理	第四单元 销售的决定阶段	第一课 销售决定前的准备工作	第二课 销售决定技巧	第三课 销售决定后的跟踪工作	第二部分 销售提升	第五单元 成为增值型的企业	第一课 增值销售的涵义	第二课 增值企业和增值销售人员	第六单元 计划阶段的增值策略	第一课 增值销售策略概述	第二课 瞄准策略	第三课 渗透策略	第四课 客户化策略	第七单元 购买阶段的增值策略	第一课 定位策略	第二课 差异化策略	第三课 展示策略	第八单元 使用阶段的增值策略	第一课 服务策略	第二课 持续影响策略	附录一 案例分析参考	附录二 状态测试分析	附录三 21天能力提升计划
-----------	-----------------	----------	---------------	-------------	--------------	----------	------------------	--------------	-------------	------------	-----------------	--------------	----------------	------------	----------------	-----------	---------------	-------------	-----------------	----------------	--------------	----------	----------	-----------	----------------	----------	-----------	----------	----------------	----------	------------	------------	------------	---------------

章节摘录

销售拜访前为什么需要准备 简单来说,要“不打无准备之仗”。  
英语的谚语里面有这么一句话,叫做“ If you fail to plan , you plan to fail ” (如果你没有准备,你就注定失败)。

一个有经验的销售人员总是在销售拜访前做好了充分的准备,这样才会有有的放矢。

准备的内容 想一想,要准备些什么?

一般人会想到穿衣打扮,或者带好名片、公司资料,但这只是最初级的准备,想想看,还有什么要准备?

对,还要对客户的情况作一些调研。

那除此之外呢?

恐怕比较容易疏忽的,就是要为拜访设立目标。

因此完备的准备工作包括:穿衣打扮,带好资料;调研客户的情况;设立拜访的目标。

· 对客户情况的调研 最方便的方法是去公司的网站,也可以索取一些书面的材料。

可以从这几个方面去调研: 公司的历史和主要的一些数据,比如总部、产品和部门、性质等;

公司的远景目标; 公司的发展现状,在市场中的竞争地位; 公司的发展战略;

公司的客户和竞争对手; 优势、劣势、机会和挑战; 你如何帮助客户去利用机会、克服挑战。

.....

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>