第一图书网, tushu007.com

<<直销经理的第一本书>>

图书基本信息

书名：<<直销经理的第一本书>>

13位ISBN编号：9787500590859

10位ISBN编号：7500590857

出版时间：2006-6

出版时间：中国财经

作者：迈克尔·马拉汉

页数：266

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

内容概要

你花费大量时间与精力招聘到一批业务员，但在销售培训结束并观察了现场销售演示后，这些业务员由于担心自己做不好而却步。
你费尽心机与商场谈好摆设临时摊位销售你的产品，但业务员面对熙熙攘攘的人群却不敢踏出一步向人推销。
你为业务员准备好所有的销售工具、把你的知识与技巧倾囊相授后，业务员却长期拿不到一张订单。
此时，作为业务经理的你该怎么办？ 本书将为你解决这些问题。
作为业务经理，你不仅要以身作则地带领团队进行市场开发、不断尝试各种销售手段，还要担负起培训新老业务员的责任，使他们成为顶尖的销售高手。
此外，业务经理还要具备慧眼识才的能力和激发业务员潜能的技巧，才能招聘到一流的业务员。
总之，要想建立一个稳健的直销王国，你不仅要懂得领导，更要深谙销售人员的管理之道。

作者简介

迈克尔·马拉汉（Michael G.Malaghan），马拉汉销售管理发展公司（Malaghan Sales Mana-gement Development）的负责人，同时也是直销领域最享有盛名的专家之一。

书籍目录

前言第一项 关键行动销售 第1章 以身作则 第2章 一流的销售现场训练第二项 关键行动开发客户 第3章 掌握无所不在的市场 第4章 传统推销术 第5章 提供高品质的业务线索 第6章 寻找线索 第7章 提升展示会销售第三项 关键行动招兵买马 第8章 有效的招聘技巧 第9章 利用十段式面试法推销工作第四项 关键行动培训 第10章 协助新人完成第一份订单 第11章 协助新同事撑过第一周 第12章 激励资深业务员 第13章 让你的课堂技巧更生动 第14章 利用外场会议的威力 第15章 召开让人惊喜的业务会议第五项 关键行动复制自己 第16章 从第一步开始：小组领导者 第17章 授权 第18章 从训练重点干部中成长第六项 关键行动激励 第19章 看到梦寐以求的人生目标 第20章 发挥14种激励因素的最大效用 第21章 设定目标的程序 第22章 设计致胜的业务竞赛第七项 关键行动管理 第23章 改善时间管理 第24章 推广高品质顾客服务与销售升级 第25章 发展销售与开发工具 第26章 利用网络第八项关键行动领导能力 第27章 避开12种职场恶魔 第28章 扩大领导能力特质 第29章 建立有魅力的领导特质

章节摘录

无论你或是公司在开发业务线索及获得引荐上有多成功，要将触角扩展到整个市场，一定要进行冷拜访（cold calling，和陌生潜在客户的第一次拜访接触）。
这种时候，我们经常会遇到一些根本不来为你开门的潜在客户。
除了进行冷拜访外，接触潜在客户的方式还有许多种。
不过，无论其他办法有多好，冷拜访还是有它不可取代的地位，例如，冷拜访可以平衡线索的高峰与低潮，可以拿到最低成本的订单。
但是，如果长期依赖冷拜访，、形势可能会变得令人沮丧。
正是以下这个顿悟缩减了我的冷拜访时间，增加了我的销售和帮助新业务员的时间。
1970年春天，我在葛罗里（Grolier）百科全书事业部进行挨家挨户的销售拜访。
我热爱销售，但痛恨被拒绝的感觉。
某天中午，赖瑞和我一起吃饭，当我吞下一块草莓派时，赖瑞随口问道：“你用过猎犬系统吗？
”“那是什么玩意儿？
”我不解地问。
赖瑞说他已经厌倦一天到晚敲人家的门，所以他给新人的训练计划特别强调：如何让潜在客户开门，外加一小段产品说明。
赖瑞说：“我受够了，所以我决定让受训新人把我定位为负责产品介绍的人。
我每到一个地方就请两到三位受训新人下车’，然后把车停好，坐在里面等着他们当中的一人要我去跟某一个正在等候的家庭进行销售演示。
”我怎么没想过这个好主意？
我立刻决定从善如流。
过去我可能一年完成100张订单，但从那之后，我可以提高到一年300张订单。
我非常感谢赖瑞教会了我这个一石二乌的好办法，一来可以强化新人的训练，二来可以增加自己对潜在客户进行销售演示的机会，更重要的是，我从此避开了大部分被拒绝的过程。
真是个好主意！
P24-25

第一图书网, tushu007.com

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