第一图书网, tushu007.com

<<总裁桌旁的一个座位>>

图书基本信息

书名：<<总裁桌旁的一个座位>>

13位ISBN编号：9787515305721

10位ISBN编号：751530572X

出版时间：2012-3

出版时间：中国青年出版社

作者：马克·米勒

页数：192

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

客户不仅关心价格，也更加关注价值，而这正是一本告诉你如何给你的客户带去价值的书。

作者在书中指出，为了创造真正的价值，新型业务员需要超越传统的销售角色，成为一位专注于帮助客户达到其战略目标的专业人士，同时还指出了提升客户品质，为客户策略增值，成为客户座上宾，让销售更有战斗力的秘密所在。

作者还将告诉你如何迅速了解客户的发展战略，发现可以给客户带去价值的多种途径，并从第一次接触开始，就心理、发展战略等层面和客户领导层及决策者建立对话的平台，紧紧抓住客户的心，引发其购买欲望。
当成功做到这些，你便为自己的产品和服务创造了需求，维护了自己的核心事业，并且会促成更多、更大的交易。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

马克·米勒（Marc Miller），Sogistics公司CEO，该公司经营多元销售顾问服务，客户遍及全球500强企业，帮助众多企业实现了销售量跨越式增长。
同时，他也是一位精通多元营销的演讲家，也是近年来畅销书《销售已死》（Selling Is Dead）的作者，该书已被翻译成多种语言，备受业界人士推崇。

第一图书网, tushu007.com

<<总裁桌旁的一个座位>>

书籍目录

第一章 游戏改变者：做不一样的业务
如何获得营销成功
要学会与客户领导层交流
业务转型的典型案例分析
你准备好了吗？

第二章 新角色：新业务的内容是什么
忘却销售，学会帮助
跳出自我框架
客户需要我们的帮助
警惕自我感觉良好的陷阱
一个更高的标准
第三章 维可牢价值：与客户“粘”在一起
新的客户现实
案例：不需要销售员的采购
构建价值传递渠道
提升战略价值
第四章 弥合鸿沟：寻求对改变的认同
一种与众不同的观点
好奇心和承诺
与众不同的产品需要与众不同的销售方法
起航
第五章 策略大博弈：透视客户的需求
一个了解策略的计划
红海战略与蓝海战略
重要决策与紧急决策
主战略计划矩阵
四大决策类型
可能性之美
紧跟价值方向
蓝色需求还是红色需求
第六章 沟通的技巧：抓住客户的心
准备——记录——反馈，高手的必由之路
培训+技术+责任感=提高成功效率
合法的“作弊”：准备会谈
海量的信息：会谈记录
最佳的培训：有效反馈
未解的问题
第七章 会谈与交流：赢得客户的共鸣
做客户领导层的维可牢
关键的第一步
“FOCAS”方法
“FOCAS”方法的四维灵活性
第八章 透视客户战略的“FOCAS”方法
真相型话题

第一图书网, tushu007.com

目标型话题
第九章 影响客户领导层决策的“ FOCAS ”方法
烦恼型话题
拓展型话题
解决型话题
“ FOCAS ”之后
第十章 大变身：与客户结盟
缩小双方认识上的鸿沟
为革新建立理由
“ 通用的建议策略 ”
第一部分：简要的形势
第二部分：宗旨和目标
第三部分：面临的限制因素、问题和挑战
第四部分：未来远景
可选方案
前进！

第十一章“ 与众不同 ”的创造者

章节摘录

媒体关注与评论

这本书里充满了真知灼见，每一页都有，当然你的竞争对手肯定害怕你读这本书。
——赛斯·高汀，雅虎前营销副总裁，《紫牛》作者　米勒和我们分享了如何从一个好的销售员转变为一名伟大的客户顾问。
客户知道此中的不同之处，并据此支付不同的报酬。
——德里斯科尔，诺基亚美国销售主管　你很可能会很快读完这本书，但是书中的思想和观点却能够让你终生受益。
——尼尔·雷克汉姆，《销售巨人：大订单销售训练策略》作者　　这是营销界继卡内基和瑞克曼之后、继往开来的一本书，它巧妙地把发展战略、销售策略、企业以及个人融入到一个整体框架中，从而为你的公司创造出源源不断的销售机会。
”　——吉姆·达利，PCI公司总裁　米勒比其他人更好地把握住了销售的新趋势，在这个混乱的时期，他的理论是如此完美。
他不仅提出了销售的新角色，还提出了详细的策略和方法将理论付诸实践，最可贵的是，他能以一种浅显易懂的方式将这些呈现出来。
——约翰·斯图尔特，美国基因科技公司全球销售主管

编辑推荐

名人推荐

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