第一图书网, tushu007.com

<<让销售变简单>>

图书基本信息

书名：<<让销售变简单>>

13位ISBN编号：9787545408300

10位ISBN编号：7545408306

出版时间：2011-7

出版时间：傅勇国、 李宜航 广东省出版集团，广东经济出版社 (2011-07出版)

作者：李宜航 编

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

前言

我曾经说过，一个好的公司应该是学习成长型的公司，一个好的领导者应该是学习型的领导者。
事实证明，浪奇与新快报一起搭建的浪奇·新快报管理沙龙是个很好的交流与学习平台。
在这过去的一年多时间里，我和新快报管理沙龙的组织策划者一直在探讨，对于企业管理者而言，他们目前最迫切需要解决的问题到底是什么？
目前市场上企业管理类的书籍层出不穷，我们要给到读者的书到底能给他们带来什么？
可以解决企业管理中哪方面的问题？
因此，在距离《高管全书》出版一年后，浪奇与新快报又再度合作推出沙龙系列丛书之《让销售变简单》。
在我看来，销售活动在企业管理活动的各项职能中的位置应该是处于核心地位。
一流的销售队伍是企业最重要的宝贵财富之一。
我身边有很多做企业的朋友，为了提高企业的销售能力，他们不惜重金招聘优秀的销售人才。
但是很多人都忽视了那些原来通过公司招聘并经过系统培训而逐渐独当一面的优秀的销售人员，他们总在不知不觉中默默流失了。
销售人员跳槽，不仅仅是一个人才流失的问题，他们很有可能把顾客、渠道、客户同时一起带走，或者另起炉灶，或者投敌背主，往往会给企业带来巨大的损失，这也是造成我国中小企业持续发展能力不强的一个很重要的原因。
因此，企业管理活动中最迫切需要解决的是销售团队的管理问题，《让销售变简单》的推出就是为了解决这个难题。
与《高管全书》以百期经典回顾作为主要内容不同，《让销售变简单》是管理沙龙的团队通过邀请在沙龙讲过课的实战讲师主笔，以讲师个人实践经验为主，要求其见解深刻，其中至关重要的细节信息更是务求完整，以有别于市场上目前出版的类似书籍。
本书针对销售团队管理中普遍存在的现象进行全面论述，也筛选了在销售团队中出现概率比较高的问题，如：销售团队成员状态懒散、销售动作鲁莽、优秀的销售团队成员带走客户，剩下“鸡肋”成员充斥团队、销售业绩不稳定等等，进行一一重点剖析。
在过去的八年多的时间里，管理沙龙举办过很多期涉及销售管理方面的专题，这些实战专家们的演讲都非常精彩。
在有限的两三个小时里现场沙龙分享有许多的问题并不能一一详尽阐述，而这本书可以有效弥补沙龙现场时间不足的问题。
其深入的分析，更多的案例呈现，对于销售团队的管理者在打造金牌销售团队方面应该是一本不错的案头书。
我衷心希望这本“沙龙”的配套图书可以为本土企业提供财智启迪服务，伴随企业从小做大，从大做强。

<<让销售变简单>>

内容概要

《让销售变简单：销售团队管理五项修炼》是管理沙龙的团队通过邀请在沙龙讲过课的实战讲师主笔，以讲师个人实践经验为主，要求其见解深刻，其中至关重要的细节信息更是务求完整，以有别于市场上目前出版的类似书籍。
《让销售变简单--销售团队管理五项修炼》针对销售团队管理中普遍存在的现象进行全面论述，也筛选了在销售团队中出现概率比较高的问题，如：销售团队成员状态懒散、销售动作鲁莽、优秀的销售团队成员带走客户，剩下“鸡肋”成员充斥团队、销售业绩不稳定等等，进行一一重点剖析。
其深入的分析，更多的案例呈现，对于销售团队的管理者在打造金牌销售团队方面应该是一本不错的案头书。

书籍目录

导语：精细化的销售团队管理销售团队招聘与选拔篇一、确定销售团队规模二、选好地：做好业务规划三、挖好坑：做好组织规划四、选好萝卜：用素质能力模型定好人才标准五、流程控制：以结构化面试选好人销售团队心态管理篇一、入门期销售人员的心态管理二、生存期销售人员的心态管理三、成长期销售人员的心态管理四、成熟期销售人员的心态管理五、总结附件1：早会流程附件2：“ 锯木 ”项目训练销售团队技能提升篇一、遵循成功法则，养成成功的习惯二、建立销售系统、复制成功销售三、坚守成功法则，建立永续销售事业销售团队行为管理篇一、承担责任是第一能力二、能动和能够才是硬道理三、核对第一，做事第二四、共识共通才是行动根本五、要“ 管 ”更要“ 理 ”六、行为矫正与冲突处理销售团队的目标管理、绩效考核和薪酬设计篇一、OGSM目标管理二、简单的提成制三、量化的KPI绩效考核四、销售团队的薪酬模式附录：浪奇 · 新快报管理沙龙报道精选九篇1．第17期：如何打造卓越销售团队2．第47期：如何打造高信任高效率销售团队3．第70期：软硬兼施造就营销精英4．第80期：四招打造金牌销售团队5．第92期：突破你的销售瓶颈——改变销售中的错误习惯6．第133期：控制人力成本有绝招7．第141期：向西点军校学执行力8．第174期：这些销售道理没人告诉过你9．第184期：绝对疯狂成交——高效成交三绝招参考文献后记

章节摘录

版权页：插图：宋太祖赵匡胤陈桥兵变，登上皇位后，为巩固政权，统一国家，对军队进行了全方位的改组。
在组织架构上，设立侍卫马军司、侍卫步军司和殿前司合成“三衙”，三衙设指挥使。
“三衙”的指挥使鼎足而立，互不相隶属，且直接听命于皇上。
“三衙”只有统兵的指挥权，军队调动权归枢密院，“三衙”、“枢密院”和负责后勤供应的“三司”，又形成了一个三足鼎立，构成三股力量互相牵制的局面；在人员招聘方面，将汉唐的征兵制改为募兵制，收天下精兵归入禁军，他招兵的主要体格标准是身高，另外还检查跑跳动作和视力。
当时禁军的标准是琵琶腿，即大腿粗壮者，车轴身，即肩宽腰细者，身高为五尺五寸至五尺八寸。
为明确标准，赵匡胤亲自选好强壮兵卒作为“兵样”（标准兵），分送各地，各地官员须按“兵样”选拔兵员，对照应征者的身高、体魄以及技巧等确定等级，再按等级编入不同部队，凡“亢健者”编入禁兵，“短弱者”编入厢兵。
司马光在《涑水纪闻》中曾评论说，各地方镇，都自知兵力非京师禁军精锐的对手，不敢再生异心。
最终，赵匡胤安定了内部，之后南征北战，所向披靡，取得天下，结束了五代十国的分裂局面。
赵匡胤上台，首先关注的就是团队的组建和人员的招聘选拔，因为他意识到，选才是团队管理中最关键的一环。
其实，销售团队的管理和农民种地的道理是一模一样的。
农民从春天就播种，希望到秋天的时候能有所收获。
种子就好像是销售人员，而秋天的收获就是一年的业绩、整个组织的目标。
种子对农民非常重要，如果选错了种子或是买了劣质的种子，那么其他的投入农药、肥料、一年的辛勤耕耘就全浪费了，所以选种是农民最重要的一项工作。
这就像招聘销售人员一样，没有优秀的销售人员，所有的努力都是徒劳的，所以在整个销售管理的体系里，再也没有比选对人更重要的了。
而对种子来说，埋在什么样的土壤里也是非常重要的，如果选错了土壤，种子也不会结出丰硕的果实。
企业就像土壤一样为销售人员提供一个生长的环境。
有的人就像松树籽一样，企业越艰难、越小，他越有开拓性；而有的人则像小麦的种子适合集约化的生产，喜欢宽松的条件，制度化的管理。
所以企业的环境不一样，也会制约种子的成长。
种田是一件辛苦事，销售管理也是一样，选好地、选好种子，两方面缺一不可。
一不小心就容易出问题。
在销售团队的组建、销售人员的招聘选拔环节，企业经常会犯两大傻：1.第一傻是稀里糊涂招聘很多企业在招聘的时候，都是打广告、筛简历、面试三板斧一气呵成。
在《说唐》里，程咬金砍了三板斧过后，赢了就赢了，赢不了就必输无疑，常常需要别人来解围救命。
在现实中，有的管理者在打广告的时候稀里糊涂，不懂得策划和设计；筛简历时看看学历，看看经验；面试的时候，则来也匆匆、去也匆匆，不作任何准备，不经深思熟虑。
最后的结果找到合适的人，那是运气好，天上掉下个林妹妹，如果找不到，那也是显而易见、理所当然的。
可见，管理者对招聘环节的不重视，带来的负面影响是深远的和严重的。
第一，招聘过程不科学，企业和求职者双方了解不彻底，增加了员工流失的可能性。
第二，对求职者考察的不全面，能力达不到公司的要求，势必要增加培训成本和管理成本。
第三，招聘是企业用人的窗口，清新空气涌人的同时，难免有苍蝇蚊子等害虫进入，而一旦在招聘环节掉以轻心，出现了错误的雇佣，就会对优秀的员工产生挤出作用，错误的人不断地出进来。
正确的人不断出走，最后团队里面错误的人越来越多，正确的人越来越少，这个团队也就此夭折。
2.第二傻是没有将合适的人放在合适的岗位上另一个常见的人力资源浪费就是招到了人，但放错了地

方。
俗话说团队里面是一个萝卜一个坑，如果坑和萝卜一样大，员工的能力和职位的要求正好相符，那是天作之合，最合适不过，但是经常会发生两种情况：第一种，坑大萝卜小，即对能力差的员工委以重任，结果工作任务不能有效完成，企业受到损失，员工自信心也受到了打击，工作没有了积极性和动力，这就是所谓的拔苗助长；第二种，坑小萝卜大，员工的能力没有被充分的发挥出来，所谓大材小用，杀鸡用牛刀，造成了人才的浪费，要么导致人才流失，要么企业要多付薪水。
P8-9

后记

在今年5月的举行的第185期主题为《走出网络营销的误区——网络营销的策略和技巧》的管理沙龙现场，我遇见了某知名咨询服务企业的曹先生。
我以为他是第一次参加沙龙，但是他却向我提起了2002年12月20日晚上在中山大学小礼堂举行的第一期新快报管理沙龙。
他说，那一期的沙龙主题是《民营企业融资技巧》，那天他是第一个向嘉宾提问的听众。
我当然可以清晰回忆起第一场的沙龙，第一场的主题。
可是我没有想到今天，第一个提问的听众仍然还在关注着、追随着我们的沙龙，与我们共同成长。
这么多年过去了，说心里话，当初参与创办、主持新快报管理沙龙的时候，我没有想过它能走得这么远（到目前为止已成功举办了近190期），已经成为了广州乃至珠三角地区培训学习界的一个著名品牌，现场听众以及读者人数之多难以统计。
在2010年1月，我们在报社和沙龙赞助商浪奇的支持下还出版了沙龙的第一本文集《高管全书》，从领导艺术、市场营销、治企方略、职场江湖、美满人生等五个方面，切合广大白领与中产阶层的实际需要，为他们提供生动而又实用的管理案例，力求做到有可读性，而不是死板的管理教科书。
事实表明，《高管全书》受到了读者的热烈欢迎。
之所以起名叫《高管全书》并不是表示我们做的这本书是大而全的管理类书籍，而是说它的内容涉及到企业管理的方方面面，而且，还有一个重要的原因，我们计划要继续出版它的续集，而且是在“全书”的框架下按不同的管理领域来编写单行本，进而完成《高管全书》的历史使命。
今天这本《高管全书》系列之二《让销售变简单》能与读者朋友们见面，正是兑现了当初的承诺，也是我们为了更好地服务新快报读者朋友的又一次努力。
对于以实战、实用、实效为宗旨的经理人培训课堂，浪奇·新快报管理沙龙一直在关注着中国企业销售管理能力的提升，为了能让更多的朋友分享到我们的收获，我们从选题的制定到最后的出版定稿历时大半年时间，期间就这本书的大纲结构及表现形式，我们与浪奇公司的管理层也进行了多次的碰面沟通，最后形成了销售团队管理五大部分内容，并附录9期相关的管理沙龙内容。
我们邀请了几位沙龙的嘉宾专家专门执笔著述，力求深入浅出地给读者提供有借鉴参考价值的销售团队管理知识。
这本书的出版也是沙龙前行路上的一个里程碑和见证。
接下来，我们还有更多精彩内容结集成书，与读者分享，希望能对正奋斗在企业管理岗位上的朋友们有实质性的帮助！
我们沙龙团队一路摸爬滚打着过来，有赞有弹，有毁有誉。
支撑着我们的动力，可以说是为了一种坚持，坚持为我们新快报的白领中产阶层的读者服务的宗旨；也可以说我们是在高度关注中国企业管理水平的提高，并希望能为推动其发展做些事情。
我们深知，我们所能做的也是很微小的部分，但我们有信心，虽然是点点滴滴的积累，最后也会汇进历史的长河中。
最后，我代表沙龙团队的全体同仁对为此书出版作出了贡献的合作伙伴沙龙冠名企业——广州市浪奇股份有限公司表示衷心的感谢。
感谢傅勇国副董事长兼总经理与李宜航社长的重视与指导，感谢报社相关部门的大力支持与配合。
当然，最需要感谢的，是浪奇·新快报管理沙龙的忠实听众，是新快报的广大读者，正是有你们的一路陪伴，沙龙才能在十年的历程中逐步成熟，又一直“保鲜”。
希望在未来更长久的事业征途中，我们能继续保持浪奇·新快报沙龙特有的激情、生命力和创造力，保持清晰的目标和强大的执行力，能够从持续的创新、开拓中汲取源源不断的生机活力。
一路走来，感谢有你！

编辑推荐

《让销售变简单:销售团队管理五项修炼》的宗旨，就是想在销售团队管理的精细化、规范化方面做一点探索，《让销售变简单:销售团队管理五项修炼》由销售团队的组建、心态调整、能力提升、行为管理、结果考核五个关键入手，试图为您展示一种非常规的销售团队管理心法。

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