

<<夺标>>

图书基本信息

书名：<<夺标>>

13位ISBN编号：9787545408713

10位ISBN编号：7545408713

出版时间：2011-9

出版时间：广东经济

作者：张长江

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>

<<夺标>>

前言

夺标具有那么难？

近几年，我对23家企业的近300名项目型销售人员进行了持续的跟踪和调查。结果显示，尽管他们在夺标过程中尽心尽力，忙前忙后，最终却往往因这样或那样的原因没能中标。

那么，他们在夺标过程中都遭遇了哪些困难呢？

你是否也遭遇过这样的困难？

——怎么才能找到有价值 and 商机的项目线索？

——怎么才能在客户内部发展得力的教练？

——决策小组内部关系错综复杂，如何对敌我形势进行正确的分析与判断？

如何准确地找到关键决策人？

——怎么介绍产品才能让客户开开心心地选择我们？

——怎么进行客户关系运作，特别是如何攻克高层？

——项目周期长，变数大，本来已经胜券在握的项目，半路却杀出了程咬金，该如何全面掌控局面？

——如何在对手已经搞定客户一把手的情况下赢得项目？

众多项目型销售人员，尤其是那些新手，之所以遭遇这么多的困难，屡屡与订单失之交臂，很大程度上是因为他们没能把握住项目型销售的特点，而试图以传统的销售模式去营销。

实践证明，项目型销售与产品型销售有着本质的区别。

那么，项目型销售的真实面目到底是怎样的呢？

项目型销售与项目型采购有着直接联系，从某种意义上说，项目型采购的方向决定着项目型销售的方向。

因此，弄清了项目型采购的特点，也就等于弄清了项目型销售的特点。

项目型采购具有以下五个特点： 1. 阶段性强 项目一般具有阶段性，有着明确的开始时间和结束时间，项目一旦完成或因目标不能实现而被迫中止，采购自然也随之结束。

2. 周期长 客户的采购活动往往随着项目的进度逐渐展开，很多大项目的采购周期都在1年以上，而且受国家政策或资金方面的影响，采购周期很可能被迫延长。

3. 规律性差 客户采购量大的产品往往是那些生产必需的原材料，因为生产是连续的和有规律的，所以这些产品的采购或销售活动也是连续的和有规律的。

但是，项目型采购的阶段性决定了项目重复性差，很多时候，一个项目结束了，就不会再有订单了。同时，即便是同一个客户，其每个采购项目的决策人、决策流程、竞争对手也很可能完全不同，这就使得项目型采购的规律性不强，供货商无法依据采购历史来追溯客户的采购规律。

4. 决策流程和决策组织复杂 由于项目型采购往往涉及客户从未接触过的产品或技术，客户要从头开始对产品或技术进行评估，这会涉及调研、考察、招投标等多个环节和技术、预算、施工、采购等多个部门，这必然会使采购的决策流程和决策组织复杂化。

5. 决策信息不透明 项目采购小组的很多决策都是通过内部会议的方式得出的，销售人员很难亲自参与到决策过程中，这就在一定程度上造成了信息的屏蔽。

同时，出于保护公司利益和自身安全的考虑，客户对内部信息的披露往往持谨慎态度，特别是那些敏感问题，他们更是讳莫如深。

项目型采购的这五个特点，决定了项目型销售必须采用全新的销售模式和方法，传统的销售模式并不适合项目型销售。

为了在项目销售市场中屹立不倒，项目型销售人员必须弄清项目型销售的特点，升级自己的销售模式。

正是基于项目型销售的特点，我结合自己近20年的销售和培训从业经历，总结出了“五步夺标”法则，与大家一起分享项目夺标的经验心得和实战技巧，教你五步看透夺标真面目，轻轻松松搞定客户，拿大项目，签大订单，迅速变身销售精英！

<<夺标>>

<<夺标>>

内容概要

项目型销售完全不同于传统的产品型销售，传统的销售模式也不适合项目型销售。为了在项目销售市场中屹立不倒，你必须弄清项目型销售的特点，升级自己的销售模式。

本书作者正是基于项目型销售的特点，结合自己近20年的销售和培训从业经历，总结出了“五步夺标”法则，教你五步看透夺标真面目，轻轻松松搞定大客户，拿大项目，签大订单，迅速变身销售精英！

作者简介

张长江 管理学硕士，项目型销售实战专家，IPTS国际职业培训师行业协会高级培训师，中国企业教育百强讲师。

拥有近20年的一线销售与培训咨询经验，曾任首钢国际销售经理、上海联纵智达营销咨询集团工业品营销事业部咨询总监，现任上海赢道营销顾问机构首席顾问、品牌中国联盟特聘专家、上海交通大学继续教育学院及海外学院EMBA特聘讲师、多家上市企业营销管理及战略品牌管理顾问。

培训过西门子、卡特彼勒、拉法基、ABB工程、中冶国际、南玻集团、特变电工、中联重科、国电南瑞、中国南车、中国远洋、思源电气、震旦集团、美的等数十家著名企业。

<<夺标>>

书籍目录

第一步 寻线索，锁定目标

无线索，谈什么夺标

线索从哪里来

一线千金，电话里出线索

线索遴选不可少

探究·思考

第二步 全接触，摸清客户底细

只用四招，让采购组织透明起来

夺标无间道，寻找内部教练

情报先行，掌握项目关键信息

分析需求，搞懂客户要什么

商机无限，客户给不了就自己造

面谈有技巧，活用就能赢得客户

探究·思考

第三步 展实力，技术与关系双管齐下

展示技术优势与价值，让客户买得放心

升级客户关系境界，让客户买得欢心

瞄准大项目，攻克高层客户

探究·思考

第四步 决雌雄，投标就用必杀技

投标有准备:不打无准备之仗

投标有策略：谋定天下

报价有技巧：一击必杀

探究·思考

第五步 签合同，驾驭双赢谈判术

把握谈判要素，赢得主动权

双赢谈判技巧，让你“步步为赢”

探究·思考

后记

章节摘录

版权页：插图：客户购买我们的产品，最终目的是要用它解决实际问题或实现既定目标。

客户在采购过程中，必然非常重视产品的技术和产品能够带给他们的价值。

从某种意义上讲，客户采购的是与他们的需求相匹配的价值。

所以，在项目销售过程中，无论我们与客户的关系多么深厚，都要适时地进行技术营销和价值营销。

而技术与价值营销的关键，是在充分了解客户需求的基础上创造价值和展示价值。

那么，面对客户，尤其是那些对我们不太了解的陌生客户，我们应该如何进行技术与价值营销呢？

如何尽快地让客户对我们的产品和技术产生信任呢？

通常，我们可以采用产品卖点展示、技术交流、参观样板工程、参观考察工厂、产品演示、权威推荐和化解客户异议这七种策略。

一、展示产品卖点打动客户项目型销售是一种价值营销，客户在购买产品时，一定会对各个厂商所提供的价值进行对比。

这就要求我们在介绍产品或解决方案时，能突出产品或解决方案给客户带来的利益和价值，也就是卖点。

当为客户提供的价值远远大于价格时，我们就有可能有效地回避价格战。

凸显产品价值的最佳方法是在介绍产品时，使用卖点展示策略提炼出己方产品或解决方案的卖点，以卖点打动客户。

后记

在十几年一线销售和六年营销管理咨询的历练中，营销的血液始终在我的身体里奔流着，燃烧着，沸腾着，我无时无刻不享受着营销带给我的快乐与满足。

营销不仅仅是一种职业，它更是一种人生的意境和感悟。

它就像一扇窗，让我看清世间百态，体验社会变迁，让我流连其中、乐而忘返。

夜幕降临时，我会习惯性地沏上一杯清茶，放下一天的忙碌与疲倦，坐在阳台上沉思：成功者为何？

失败者又为何？

“兵无常势，水无常形”，难道项目型销售真的没有规律可循吗？

细细品味自己近20年来走过的每一步，反复思索不同行业、不同企业、不同人员的成功或失败的销售案例，我越来越坚定了自己的信念：快速消费品销售有规律，项目型销售也有规律！

这种信念，是我动手写这本书的最大动力，它促使我努力揭开和抓住项目型销售的规律。

营销的智慧博大精深，单靠一己之力，即使穷尽一生也只能略懂一二。

幸好有很多杰出的企业家、行业专家、同事和朋友，在关键时刻给予我莫大的支持和鼓励，为我提供了很多实战的案例和独到的见解，以及相互学习、讨论的机会，使我能够站在众人的肩膀上窥探到营销的规律，并最终得以完成此书。

我希望本书能够为那些战斗在一线的营销人员和从事营销研究的工作人员们带来一些帮助，让你们能够对项目型销售有一个明确的思考方向，并且能够掌握一些销售的实战策略和技巧。

同时，我也希望本书能够起到抛砖引玉的作用，吸引更多的热爱营销事业的人士加入到营销研究的队伍中来，建立更科学而系统的营销理论模型，提升项目型营销的理论和实战水平。

感谢时代光华的任红波老师和上海赢道咨询顾问机构的代艳女士，在本书的创作和出版过程中给予我诸多帮助和建议；感谢我的家人，你们不但给予我精神上的鼓励和支持，还帮我分担了很多琐碎的事务，使我能够有更多的时间去思考和写作。

谨以此书献给所有从事项目型销售的同道和朋友！

2011年7月30日于上海

<<夺标>>

媒体关注与评论

传统的产品型销售模式已经不能适应越来越激烈的市场竞争，对项目型销售模式的探索和创新是我们每一个营销管理者不得不思考的问题。

张长江老师的这本书，恰好为我们指明了思考的方向，提供了解决的方案，不可不读。

——西门子母线营销总监 周小兵本书总结的“五步夺标”法则，化繁为简，将复杂的夺标过程分解成简单明了的五步，具有极强的实战性和操作性，拿来就能用。

——南玻集团成都南玻总经理 赵光豪张长江老师不仅是项目型销售管理创新的思考者，更是实践者。

这本书凝聚了他近20年的从业经验与心得，对从事项目型销售的企业和人员具有很强的指导与借鉴意义。

——特变电工新变厂副总经理 宋辉

<<夺标>>

编辑推荐

《夺标:五步拿下大订单》：西门子、卡特彼勒、拉法基、ABB工程、特变电工、中联重科、国电南瑞、中国南车、南玻集团、中国远洋、思源电气、震旦集团、美的等。

数十家著名企业指定销售培训读本！

20年销售经验总结+35个真实销售案例+32个实战销售技巧！

阅读《夺标:五步拿下大订单》的三大理由：1.数十家著名企业广泛应用。

《夺标:五步拿下大订单》是西门子、卡特彼勒、拉法基、ABB工程、中冶国际、特变电工、中联重科、国电南瑞、南玻集团等数十家著名企业指定的销售培训读本，是企业销售制胜的法宝。

2.资深项目型销售实战专家撰写。

《夺标:五步拿下大订单》作者拥有近20年的一线销售与培训咨询经验，充分保证内容的专业度和可操作性。

3.即看即用，简单易学，直接复制。

《夺标:五步拿下大订单》基于项目型销售的特点，总结出了“五步夺标”法则，并穿插了35个真实销售案例和32个实战销售技巧，简单易学，拿来就能用，使你轻轻松松拿大项目，签大订单。

<<夺标>>

名人推荐

创新是我们每一个营销管理者不得不思考的问题。

张长江老师的这本书，恰好为我们指明了思考的方向，提供了解决的方案，不可不读。

——西门子母线营销总监 周小兵本书总结的“五步夺标”法则，化繁为简，将复杂的夺标过程分解成为简单明了的五步，具有极强的实战性和操作性，拿来就能用。

——南玻集团成都南玻总经理 赵光豪张长江老师不仅是项目型销售管理创新的思考者，更是实践者。这本书凝聚了他近20年的从业经验与心得，对从事项目型销售的企业和人员具有很强的指导与借鉴意义。

——特变电工新变厂副总经理 宋辉

<<夺标>>

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>