

<<销售是门技术活2>>

图书基本信息

书名：<<销售是门技术活2>>

13位ISBN编号：9787545410501

10位ISBN编号：7545410505

出版时间：2011-12

出版单位：广东经济出版社有限公司

作者：梁梓聪

页数：248

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>

<<销售是门技术活2>>

前言

这本书是2001~2005年期间我从事电池销售的工作经验总结，这段时间我先是做555电池的经销商，刚开始做电池销售的时候，我发现许多销售人员不知道如何应对客户的问题，于是我写了一本简单的话术手册，叫作《百问百答》。

手册列举了客户常问的问题以及回答的方法，手册发挥了重要作用，销售代表成长很快，但后来我发现销售代表的的能力虽然提升了，思想问题却越来越严重，于是我深入研究到底是什么原因造成这些问题。

结果发现，销售人员的情绪波动对业绩有着不可估量的作用，而且，个人的情绪跟团队的情绪是有明显差异的，团队的情绪对业绩的影响更加巨大，于是我把一些引导销售代表思想观念的内容编入《百问百答》。

后来我到广州虎头电池集团任职，我再次对《百问百答》作了修订，针对555电池的产品特点与555电池的品牌情况丰富了话术的内容，考虑到手册更需要给经销商培养销售人员使用，于是增加了基础商业知识部分以及一些可以提供给经销商参考的销售训练模式，即四大训练课程(口风训练、故事训练、案例训练与逻辑训练)。

2004~2005年是电池原材料价格上涨速度最快的阶段，利润大幅度下降，许多小工厂关闭，企业难以支撑大规模的销售团队，而且国家对《劳动法》的持续推动，使各个地区销售人员的自我保护意识空前膨胀，社会福利、社保、医疗都成了企业不得不面对的问题。

这些原因促使企业不得不考虑裁员重新编制，我所在的企业也不例外，经销商客体主体化成为被选择的主要模式之一，低毛利下经销商与厂商之间如何重新定义其职能变得重要起来，落实到厂商这里，即如何界定新形势下厂商销售经理的职能。

我思考的结果是厂商应该从类政府模式的管理型销售团队转变为类军队模式的服务型销售团队，由此，我开始编写第二册教材，即针对转型情况下的厂商销售经理的《百问百答》。

2005年8月份我离开虎头电池集团，其间有三个月失业，时间充裕，于是动手重新编撰这本手册，当时还是三十多岁，年轻人自以为是、桀骜不驯、狂妄自大的性格还没有完全磨灭，所以我把手册改名叫《会凌真经》，会凌是“会当凌绝顶，一览众山小”的意思。

经过三个月的修订，这本书的文字增加到36万字，我把它放到中国营销传播网渠道版论坛上了，没想到从此每天电子邮件、电话不断，后来还受到《销售与市场》杂志陈思庭编辑的邀请去北京参加一年一度的中国营销盛典论坛，做2005年年度主题演讲，演讲的题目是《低毛利下的销售团队构建策略》。

演讲后不到一个星期，我就在北京找到了工作。

这一去在北京待了两年，在北京接触的能人太多了，我的傲气被打掉不少，还去读了MBA课程，读得越多，越觉得自己渺小，于是大量阅读各种经济书籍，恶补了不少知识。

由于我工作的单位是从事秘书专业高等教育的，也是教育部高教秘书学会所在地，因此接触的秘书课程较多。

课余时间我做了第四次修订，增加的内容主要是商业礼仪部分和商务办公部分，商业礼仪放在第一册，商务办公部分放在了第二册，这两部分并非我的原创，主要是学院的资料借鉴为主整理为辅，借鉴甚多，在此不一一列举。

2008年我又回到广州，在华南理工大学跟随崔毅教授读DBA(工商管理博士)，在一些企业做营销顾问，接触的企业多了，视野也开阔了不少，上半年我重新编撰《××真经》，这时候第一册已经有48万字，第二册也开始编撰有25万字左右了，这本书每次编撰完新版本之后，我就发给朋友传阅、挂在网上给有需要的人免费下载。

2008年11月份刘志松先生从网上看到《会凌真经》的电子文档，希望我能出版这本书，我脑门一热，答应了。

回家后认真思考，这本书作为内部教材还凑合，作为出版读物的话，面对的是许多行业的读者，需要改动的地方非常多，尤其是第二册，原来针对的读者是经销商的团队经理，而我认为针对厂商的团队经理会更好一些，这就等于要重写了，工作量非常大，于是干脆辞掉两家公司的顾问工作，腾出更

<<销售是门技术活2>>

多的时间在家写书。

此套书一共分为两册，第一册是针对快速消费品经销商、代理商的一线销售代表的，第二册是针对厂商的销售团队经理的，第一册基本上保留了原来《会凌真经》的原貌，不过删除了大量行业性的东西，增加了一些普及性的东西；考虑到现在厂商的销售代表大多数都有大学学历了，因此第二册增加了一些经济学、管理学，的东西。

两册都是以实用性为主，本着一看就能用，一用就有效的原则编撰的。

<<销售是门技术活2>>

内容概要

本书从销售管理人员的角度，将团队经理开拓市场、组建团队时的策略和可能碰到的实际问题进行细致、系统的解剖分析。

从陌生市场的首次走访，到赤手空拳组建团队，到全面培训队员打造高效团队，本书以资深实战经验为依托，采用动作分解的形式，将销售经理可能遭遇的问题一一提出，全面展示和深度剖析了优秀销售经理的系列动作，让人得以一窥销售团队经理的成功秘诀。

<<销售是门技术活2>>

作者简介

梁梓聪

1989年广州医学院本科毕业，现为华南理工大学一普莱斯顿DBA博士生、教育部秘书学会理事、《销售与市场》杂志“战略版”特约专家、南开大学跨国企业研究中心特聘教授。常年在营销一线工作，曾任广州虎头集团销售总监、绿建集团营销副总经理、广州天球公司总经理、北京高等秘书学院副院长等职，是资深实战派营销专家，倡导“企业项目化、项目企业化”的经营理念与“优秀的营销管理者是教授+经纪”的管理理念，在销售团队组织构建、系统训练、组织行为管理等领域颇有心得，并发表十多篇专题文章，在业界引起较大反响。

<<销售是门技术活2>>

书籍目录

第一步 市场考察与客户开发培训

第一节 市场考察与潜在客户分析

- 1.我应该先开发经销商还是先组织销售团队？
- 2.应该先切入地区市场还是省会一线市场？
- 3.如何做好首次新省区的走访工作？
- 4.准备遍访县市了，出发前要做哪些准备？
- 5.首次遍访县市的过程中要注意哪些地方？
- 6.如何找到县城的批发商？
- 7.县城的批发商有什么特点？
- 8.走访县城批发商的目的与要点是什么？
- 9.遍访完毕，下一步 怎么做？

第二节 客户价值分析与开发技巧

- 1.2图2表在谈经销商的时候有什么用？
2. 还有哪些应对高层次的经销商的武器
- 3.什么叫作SWOT分析，SWOT分析表怎么做？
- 4.为什么说SWOT分析是太极两仪的分类思想？
- 5.如何通过SWOT列表分析差异？
- 6.SWOT战略图对选择经销商是否有帮助？
- 7.选择经销商时还要考虑哪些因素？
- 8.如何看待经销商的性格和品德问题？
- 9.挖竞争对手的经销商还是拓展新的经销商？
- 10.利益驱动型的经销商和地位驱动型的经销商有何差异？

第二步 服务型团队操作与客户维护培训

第一节 服务型团队分工操作实例

- 1.如何低成本建立销售团队？

<<销售是门技术活2>>

- 2.管理型销售组织架构的弊端有哪些？
- 3.服务型销售组织架构下的人员职能分工是怎样的？
- 4.服务型销售组织架构的优点有哪些？
- 5.能否介绍一个实战操作的例子？
- 6.如果公司没有特遣队的基础，怎么操作？
- 7.销售经理应该如何定位自己？
- 8.难道销售业绩不是销售经理的第一使命吗？

第二节 服务型团队客户维护技巧

- 1.如何看待销售团队与经销商的关系？
- 2.如何服务经销商？
- 3.公司已经有市场部做策划，为何还要我帮经销商搞市场策划？
- 4.如何做好渠道服务？
- 5.如何做好新经销商的危机公关？
- 6.如何解决服务成本高的问题？
- 7.如何免费借资源？

第三步 团队成员招聘技巧培训

第一节 团队成员招聘基本知识

- 1.先招募终端业务员还是流通业务员？
- 2.用什么方式招募销售人员比较好？
- 3.发布招聘广告需要哪些材料？
- 4.怎么编写招聘广告？
- 5.先跟应聘者谈薪水好，还是确定录取之后谈薪水好？
- 6.在经销商那里招募销售人员用谁的名义比较好？
- 7.如何降低雇佣省区销售代表的劳务风险？
- 8.经销商不愿跟增值服务代表签订劳动合同怎么办？

<<销售是门技术活2>>

9.经销商克扣增值服务代表的工资奖金怎么办？

10.如何预防经销商吃增值服务代表的空额？

11.什么人适合做销售人员？

第二节 团队成员招聘技巧实操训练

1.快消品一线销售人员的遴选法则有哪些？

2.销售人员的遴选要几轮？

3.要经过这么复杂的面试，会不会吓得很多人不敢来上班？

4.速度测试如何进行？

5.速度测试的要点是什么？

6.速度测试的选拔标准是什么？

7.如果没有电脑软件等工具，如何做速度测试？

8.朗读测试如何进行？

9.朗读测试的目的是什么？

10.游戏测试的目的是什么？
如何进行？

11.如何通过游戏测试筛选应聘者？

12.集体面试如何进行？

13.集体面试如何筛选应聘者？

14.如果同时招聘团队主管和团队成员，如何测试？

15.蒙面握手测试的要点与选拔标准是什么？

16.团队的成员让当选的主管选择还是面试官选择？

17.销售人员潜质测试的意义是什么？

18.如果条件有限，应聘的人数很少没办法做测试，还有什么方式？

第四步 团队成员营销基本素质培训

<<销售是门技术活2>>

第一节 积极心态培养之道：让训练变成激励

- 1.四大训练课程适合什么样的销售代表？
- 2.每日训练的时间怎么安排？
- 3.让销售代表做心得分享目的是什么？
- 4.如何安排心得分享？
- 5.做心得分享的具体流程怎么走？
- 6.不同阶段如何选择做心得分享的销售代表？
- 7.做心得分享还有哪些注意事项？
- 8.如何提高训练的效果？
- 9.5分钟的专题讲什么呢？
- 10.如何使用《销售是门技术活》训练销售代表？
- 11.训练与带教有什么不一样？
- 12.带教的过程中需要注意哪些事项？

第二节 口风训练：修炼成功的销售陈述技巧

- 1.口风训练的目的是什么？
- 2.我们平常说话不都是很流利的吗，怎么还要做口风训练？
- 3.训练销售代表口风有哪些技巧？
- 4.口风训练期间早会的程序是怎么安排的？
- 5.早会口号是固定不变还是经常更换？
- 6.应当让谁来主持早会？
- 7.晚会应当如何进行？
- 8.如何分配案例对白给销售代表做口风训练？
- 9.口风训练阶段如何安排展业带教工作？
- 10.第一个月销售代表容易出现哪些心理问题？
- 11.如何帮助销售代表克服恐惧心理？

<<销售是门技术活2>>

- 12.如何帮助销售代表克服逃避心理？
- 13.话术要达到什么样的熟练程度？
- 14.口风训练中的动作掌握有什么要领？
- 15.何为潜意识的脑震荡？
- 16.案例对白中一定要用真话么？
- 17.口风训练成绩如何评估？

第三节 故事训练：让客户产生共鸣的深度沟通技巧

- 1.故事训练的过程是怎么样？
- 2.故事训练3个阶段的侧重点有何不同？
- 3.许多新学员都不会编故事，有何方法？
- 4.故事训练阶段的销售代表有什么特点？
- 5.故事训练对这个阶段的销售代表有何帮助？
- 6.故事训练期间销售团队业务管理的要点是什么？
- 7.为何这个阶段的带教重点是开拓客户的数量而不是质量呢？
- 8.这个阶段销售代表最容易出现什么样的心理问题？
- 9.如何做好销售代表抱怨心理的转变呢？

第五步 团队成员潜能开发培训

第一节 案例训练：培养观察客户的第三只眼睛

- 1.案例训练有几个部分？
- 2.案例训练的的目的是什么？
- 3.案例训练阶段销售代表的心理特点是什么？
- 4.案例训练阶段如何带教？
- 5.案例训练阶段还有哪些注意事项？

第二节 客户管理工具运用技巧：超市易经密码分析的诀窍

- 1.场记训练是怎样做的？

<<销售是门技术活2>>

- 2.场记的表格内容有那些？
- 3.场记列表中的天地人是什么含义？
- 4.超市易经密码图中的要素如何设定？
- 5.超市易经密码图的27个细分栏目的内容怎么写？
- 6.场记表格后面的内容如何填写？
- 7.超市易经密码图会不会太复杂了？
- 8.密码表中对供应商主要了解哪些内容？
- 9.剧本怎么写法？
- 10.写剧本的要点是什么？
有什么套路可用？
- 11.完整的剧本应该包含哪些内容？

第三节 销售管理四诊法：了解客户，对症下药

- 1.了解超市的经营情况有何意义？
- 2.从哪些方面能快速判断一个超市的经营状况？
- 3.商业类上市公司的财务报表有什么参考价值？
- 4.零售商自己采购商品时我们该怎么做？
- 5.怎么知道超市是赚钱还是亏损？
- 6.超市的经营有哪些阶段？
- 7.人气期如何调整销售策略？
- 8.品类期如何调整销售策略？
- 9.通路期如何调整销售策略？

第四节 跟你的团队谈未来：职业生涯规划激励

- 1.如何跟基层销售代表谈职业生涯规划？
- 2.企业人与职业人定位对引导销售代表有何意义？
- 3.应该如何确定自己走企业人的路还是职业人的路？

<<销售是门技术活2>>

第六步 团队成员销售管理思维培训

第一节 逻辑训练：打通思维的奇经八脉

- 1.逻辑训练是怎么进行的？
- 2.演绎训练就是逻辑演绎吗？
- 3.如何做场记部分的演绎训练？
- 4.每个项目的得分差异如何计算？
- 5.是否所有的超市都要计分？
- 6.超市易经密码得分表有何作用？
- 7.剧本的分析有哪些内容？

第二节 辩论训练：提升应变能力的逻辑训练法

- 1.辩论训练有什么意义？
- 2.辩论训练是怎么进行的？
- 3.为何要指定提问的数量呢？
- 4.如何掌握辩论的节奏？
- 5.如何提出辩论的主题？
- 6.如何总结辩论的成果？
- 7.辩论对销售代表的成长有什么好处？
- 8.除了客户辩题之外，是否可以增加其他辩题？

第三节 客户心态管理工具运用：情绪销售的心理操纵法

- 1.如何估算情绪变化的程度？
- 2.EC指数曲线有何作用？
- 3.EC堆积曲线中客户跟销售代表哪个数据放上面？
- 4.EC曲线金叉与死叉有何启发？
- 5.如何结合超市易经密码表与EC曲线指导销售代表谈客户？
- 6.如何通过EC曲线帮助销售代表作谈判计划？

<<销售是门技术活2>>

- 7.谈一个客户却要画几次EC图的意义是什么？
- 8.如何灵活运用四大训练课程？
- 9.如果没有办法系统训练，有哪些方法简化训练？

第七步 团队经理高效管理技巧培训

第一节 消除团队消极因素的内功心法

- 1.团队跟个人相比有哪些特点呢？
- 2.为何低智商的人要比高智商的人容易影响团队呢？
- 3.团队病毒是怎么形成的？
- 4.如何防止和治疗团队病毒？
- 5.如何看待团队与个人？
- 6.怎么对付那些老挑刺的团队成员？
- 7.这样迁就下属不是活得很累？
- 8.包容下属会不会让老板觉得我在笼络人心？

第二节 团队激励管理法秘诀

- 1.团队管理有哪些要点？
- 2.如何做好承诺管理？
- 3.销售代表承诺的时候喜欢拿其他东西做条件，怎么办？
- 4.如何做好反馈管理？
- 5.拿不定主意的时候是否应该和下属一起商量？
- 6.销售团队训练的要点是什么？
- 7.公司给我的销售任务是否应该分解到每个人？
- 8.不分解任务的话，我很担心任务难以完成，怎么办？
- 9.大家都不愿意承诺做多少业绩，怎么办？
- 10.拜访量增加的比例和业绩增加的比例不对称，怎么办？

<<销售是门技术活2>>

第三节 团队高效管理技巧之一：目标激励法

- 1.如何尽量降低基层管理的难度？
- 2.如何提出团队的使命？
- 3.提出团队使命的时候要注意什么？

第四节 团队高效管理技巧之二：工具分析法

- 1.基层团队管理有哪些工具？
- 2.销售漏斗有什么用处？
- 3.快消品基层销售代表知识有限，为何要给他们讲数据分析的道理？
- 4.使用千色图代替工作日志有什么好处？

第五节 团队高效管理技巧之三：简单法则引导法

- 1.基层团队管理要掌握哪些法则？
- 2.什么叫作短缺元素法则？
- 3.如何把短缺元素法则运用到自己的日常管理工作中？
- 4.短缺元素法则的运用要注意什么？
- 5.短缺元素法则与木桶原理有什么不一样？
- 6.什么叫作情绪趋势法则？
- 7.什么叫作“跟我上”法则？
- 8.什么叫作分西瓜法则？
- 9.哪些例子可以应用分西瓜法则？

第八步 团队管理榜样激励法培训

第一节 销售团队管理中的短缺元素法则

- 1.经理跟经理有何不同？
- 2.“管理者是个经纪人”这句话怎么解释？
- 3.是否允许销售代表做个性设计名片？
- 4.基层销售团队的发展有几个阶段？
- 5.如何做好3个阶段？

<<销售是门技术活2>>

- 6.如何安排新业务员试用期第一个月的工作？
- 7.销售经理第一个月带新销售代表需要注意什么？
- 8.新销售代表总喜欢拉着其他人一起访问客户，这样好吗？

第二节 销售团队管理中的分西瓜法则

- 1.如何划分销售代表的展业分区？
- 2.每一个销售代表都想选好区域，如何安排他们选择的次序？
- 3.两个业务员争夺一个客户怎么处理呢？
- 4.两人分区管理的优缺点有哪些？
- 5.如何消除两人分区管理的不良问题？

第三节 榜样激励法运用技巧

- 1.如何观察团队业务员的思想与行为变化？
- 2.树立团队明星有哪些好处？
- 3.怎样树立明星销售代表？
- 4.树立明星有哪些注意事项呢？
- 5.有些同事对明星队员不服气怎么办？
- 6.如何防止明星队员骄傲自满产生惰性？
- 7.过气明星队员会有失落感影响工作情绪，如何沟通？

第四节 竞争与激励：明星竞赛运用技巧

- 1.明星竞赛有哪些方式？
- 2.创纪录竞赛与爬天梯竞赛有什么区别？
- 3.创纪录竞赛主要有哪些竞赛项目？
- 4.在开展创纪录竞赛期间，有些业务员把业绩集中申报，怎么办？
- 5.如何操作创纪录竞赛？
- 6.爬天梯竞赛有哪些竞赛项目？
- 7.如何开展爬天梯竞赛？

<<销售是门技术活2>>

- 8.如何操作爬天梯竞赛？
- 9.爬天梯竞赛采取增量奖励是否更好一些？
- 10.万一团队中确实有销售业绩特别好的人，怎么搞爬天梯竞赛？
- 11.人多的时候如何用最简单的方式计算团队业绩定比奖励的额度？
- 12.如何监督销售代表的工作？

第五节 优秀团队经理的职场智慧

- 1.当我成绩很好的时候，是否应该向老板提出加薪要求？
- 2.公司每年都下达根本没有办法完成的任务，怎么办？
- 3.怎么作回归分析？
- 4.回归分析有什么用？
- 5.老板把我手下的一个优秀业务员提拔到跟我一样级别制衡我，怎么办？
- 6.每年老板都调我去新地区做开荒牛又不加薪，怎么办？
- 7.市场部有很多策划在我这里根本行不通，如何处理？
- 8.大家说我开会太多了，应该开多少次适合？
- 9.管理会议要注意什么？

第三步 团队成员招聘技巧培训

第一节 团队成员招聘基本知识

- 1.先招募终端业务员还是流通业务员？
- 2.用什么方式招募销售人员比较好？
- 3.发布招聘广告需要哪些材料？
- 4.怎么编写招聘广告？
- 5.先跟应聘者谈薪水好，还是确定录取之后谈薪水好？
- 6.在经销商那里招募销售人员用谁的名义比较好？
- 7.如何降低雇佣省区销售代表的劳务风险？

<<销售是门技术活2>>

8. 经销商不愿跟增值服务代表签订劳动合同怎么办？
9. 经销商克扣增值服务代表的工资奖金怎么办？
10. 如何预防经销商吃增值服务代表的空额？
11. 什么人适合做销售人员？

第二节 团队成员招聘技巧实操训练

1. 快消品一线销售人员的遴选法则有哪些？
2. 销售人员的遴选要几轮？
3. 要经过这么复杂的面试，会不会吓得很多人不敢来上班？
4. 速度测试如何进行？
5. 速度测试的要点是什么？
6. 速度测试的选拔标准是什么？
7. 如果没有电脑软件等工具，如何做速度测试？
8. 朗读测试如何进行？
9. 朗读测试的目的是什么？
10. 游戏测试的目的是什么？
如何进行？
11. 如何通过游戏测试筛选应聘者？
12. 集体面试如何进行？
13. 集体面试如何筛选应聘者？
14. 如果同时招聘团队主管和团队成员，如何测试？
15. 蒙面握手测试的要点与选拔标准是什么？
16. 团队的成员让当选的主管选择还是面试官选择？
17. 销售人员潜质测试的意义是什么？
18. 如果条件有限，应聘的人数很少没办法做测试，还有什么方式？

第四步 团队成员营销基本素质培训

<<销售是门技术活2>>

第一节积极心态培养之道：让训练变成激励

1. 四大训练课程适合什么样的销售代表？
2. 每日训练的时间怎么安排？
3. 让销售代表做心得分享目的是什么？
4. 如何安排心得分享？
5. 做心得分享的具体流程怎么走？
6. 不同阶段如何选择做心得分享的销售代表？
7. 做心得分享还有哪些注意事项？
8. 如何提高训练的效果？
9. 5分钟的专题讲什么呢？
10. 如何使用《销售是门技术活 》训练销售代表？
11. 训练与带教有什么不一样？
12. 带教的过程中需要注意哪些事项？

第二节 口风训练：修炼成功的销售陈述技巧

1. 口风训练的目的是什么？
2. 我们平常说话不都是很流利的吗，怎么还要做口风训练？
3. 训练销售代表口风有哪些技巧？
4. 口风训练期间早会的程序是怎么安排的？
5. 早会口号是固定不变还是经常更换？
6. 应当让谁来主持早会？
7. 晚会应当如何进行？
8. 如何分配案例对白给销售代表做口风训练？
9. 口风训练阶段如何安排展业带教工作？
10. 第一个月销售代表容易出现哪些心理问题？
11. 如何帮助销售代表克服恐惧心理？

<<销售是门技术活2>>

12. 如何帮助销售代表克服逃避心理？
13. 话术要达到什么样的熟练程度？
14. 口风训练中的动作掌握有什么要领？
15. 何为潜意识的脑震荡？
16. 案例对白中一定要用真话么？
17. 口风训练成绩如何评估？

第三节故事训练：让客户产生共鸣的深度沟通技巧

1. 故事训练的过程是怎么样的？
2. 故事训练3个阶段的侧重点有何不同？
3. 许多新学员都不会编故事，有何方法？
4. 故事训练阶段的销售代表有什么特点？
5. 故事训练对这个阶段的销售代表有何帮助？
6. 故事训练期间销售团队业务管理的要点是什么？
7. 为何这个阶段的带教重点是开拓客户的数量而不是质量呢？
8. 这个阶段销售代表最容易出现什么样的心理问题？
9. 如何做好销售代表抱怨心理的转变呢？

第五步 团队成员潜能开发培训

第一节 案例训练：培养观察客户的第三只眼睛

1. 案例训练有几个部分？
2. 案例训练的的目的是什么？
3. 案例训练阶段销售代表的心理特点是什么？
4. 案例训练阶段如何带教？
5. 案例训练阶段还有哪些注意事项？

第二节 客户管理工具运用技巧：超市易经密码分析的诀窍

1. 场记训练是怎样做的？

<<销售是门技术活2>>

2. 场记的表格内容有那些？
3. 场记列表中的天地人是什么含义？
4. 超市易经密码图中的要素如何设定？
5. 超市易经密码图的27个细分栏目的内容怎么写？
6. 场记表格后面的内容如何填写？
7. 超市易经密码图会不会太复杂了？
8. 密码表中对供应商主要了解哪些内容？
9. 剧本怎么写法？
10. 写剧本的要点是什么？
有什么套路可用？
11. 完整的剧本应该包含哪些内容？

第三节 销售管理四诊法：了解客户，对症下药

1. 了解超市的经营情况有何意义？
2. 从哪些方面能快速判断一个超市的经营状况？
3. 商业类上市公司的财务报表有什么参考价值？
4. 零售商自己采购商品时我们该怎么做？
5. 怎么知道超市是赚钱还是亏损？
6. 超市的经营有哪些阶段？
7. 人气期如何调整销售策略？
8. 品类期如何调整销售策略？
9. 通路期如何调整销售策略？

第四节 跟你的团队谈未来：职业生涯规划激励

1. 如何跟基层销售代表谈职业生涯规划？
2. 企业人与职业人定位对引导销售代表有何意义？
3. 应该如何确定自己走企业人的路还是职业人的路？

<<销售是门技术活2>>

第六步 团队成员销售管理思维培训

第一节 逻辑训练：打通思维的奇经八脉

1. 逻辑训练是怎么进行的？
2. 演绎训练就是逻辑演绎吗？
3. 如何做场记部分的演绎训练？
4. 每个项目的得分差异如何计算？
5. 是否所有的超市都要计分？
6. 超市易经密码得分表有何作用？
7. 剧本的分析有哪些内容？

第二节 辩论训练：提升应变能力的逻辑训练法

1. 辩论训练有什么意义？
2. 辩论训练是怎么进行的？
3. 为何要指定提问的数量呢？
4. 如何掌握辩论的节奏？
5. 如何提出辩论的主题？
6. 如何总结辩论的成果？
7. 辩论对销售代表的成长有什么好处？
8. 除了客户辩题之外，是否可以增加其他辩题？

第三节 客户心态管理工具运用：情绪销售的心理操纵法

1. 如何估算情绪变化的程度？
2. EC指数曲线有何作用？
3. EC堆积曲线中客户跟销售代表哪个数据放上面？
4. EC曲线金叉与死叉有何启发？
5. 如何结合超市易经密码表与EC曲线指导销售代表谈客户？
6. 如何通过EC曲线帮助销售代表作谈判计划？
7. 谈一个客户却要画几次EC图的意义是什么？

<<销售是门技术活2>>

8. 如何灵活运用四大训练课程？
9. 如果没有办法系统训练，有哪些方法简化训练？

第七步 团队经理高效管理技巧培训

第一节 消除团队消极因素的内功心法

1. 团队跟个人相比有哪些特点呢？
2. 为何低智商的人要比高智商的人容易影响团队呢？
3. 团队病毒是怎么形成的？
4. 如何防止和治疗团队病毒？
5. 如何看待团队与个人？
6. 怎么对付那些老挑刺的团队人员？
7. 这样迁就下属不是活得很累？
8. 包容下属会不会让老板觉得我在笼络人心？

第二节 团队激励管理法秘诀

1. 团队管理有哪些要点？
2. 如何做好承诺管理？
3. 销售代表承诺的时候喜欢拿其他东西做条件，怎么办？
4. 如何做好反馈管理？
5. 拿不定主意的时候是否应该和下属一起商量？
6. 销售团队训练的要点是什么？
7. 公司给我的销售任务是否应该分解到每个人？
8. 不分解任务的话，我很担心任务难以完成，怎么办？
9. 大家都不愿意承诺做多少业绩，怎么办？
10. 拜访量增加的比例和业绩增加的比例不对称，怎么办？

第三节 团队高效管理技巧之一：目标激励法

1. 如何尽量降低基层管理的难度？
2. 如何提出团队的使命？
3. 提出团队使命的时候要注意什么？

<<销售是门技术活2>>

第四节 团队高效管理技巧之二：工具分析法

1. 基层团队管理有哪些工具？
2. 销售漏斗有什么用处？
3. 快消品基层销售代表知识有限，为何要给他们讲数据分析的道理？
4. 使用千色图代替工作日志有什么好处？

第五节 团队高效管理技巧之三：简单法则引导法

1. 基层团队管理要掌握哪些法则？
2. 什么叫作短缺元素法则？
3. 如何把短缺元素法则运用到自己的日常管理工作中？
4. 短缺元素法则的运用要注意什么？
5. 短缺元素法则与木桶原理有什么不一样？
6. 什么叫作情绪趋势法则？
7. 什么叫作“跟我上”法则？
8. 什么叫作分西瓜法则？
9. 哪些例子可以应用分西瓜法则？

第八步 团队管理榜样激励法培训

第一节 销售团队管理中的短缺元素法则

1. 经理跟经理有何不同？
2. “管理者是个经纪人”这句话怎么解释？
3. 是否允许销售代表做个性设计名片？
4. 基层销售团队的发展有几个阶段？
5. 如何做好3个阶段？
6. 如何安排新业务员试用期第一个月的工作？
7. 销售经理第一个月带新销售代表需要注意什么？
8. 新销售代表总喜欢拉着其他人一起访问客户，这样好吗？

第二节 销售团队管理中的分西瓜法则

<<销售是门技术活2>>

1. 如何划分销售代表的展业分区？
2. 每一个销售代表都想选好区域，如何安排他们选择的次序？
3. 两个业务员争夺一个客户怎么处理呢？
4. 两人分区管理的优缺点有哪些？
5. 如何消除两人分区管理的不良问题？

第三节 榜样激励法运用技巧

1. 如何观察团队业务员的思想与行为变化？
2. 树立团队明星有哪些好处？
3. 怎样树立明星销售代表？
4. 树立明星有哪些注意事项呢？
5. 有些同事对明星队员不服气怎么办？
6. 如何防止明星队员骄傲自满产生惰性？
7. 过气明星队员会有失落感影响工作情绪，如何沟通？

第四节 竞争与激励：明星竞赛运用技巧

1. 明星竞赛有哪些方式？
2. 创纪录竞赛与爬天梯竞赛有什么区别？
3. 创纪录竞赛主要有哪些竞赛项目？
4. 在开展创纪录竞赛期间，有些业务员把业绩集中申报，怎么办？
5. 如何操作创纪录竞赛？
6. 爬天梯竞赛有哪些竞赛项目？
7. 如何开展爬天梯竞赛？
8. 如何操作爬天梯竞赛？
9. 爬天梯竞赛采取增量奖励是否更好一些？
10. 万一团队中确实有销售业绩特别好的人，怎么搞爬天梯竞赛？
11. 人多的时候如何用最简单的方式计算团队业绩定比奖励的额度？
12. 如何监督销售代表的工作？

第五节 优秀团队经理的职场智慧

1. 当我成绩很好的时候，是否应该向老板提出加薪要求？
2. 公司每年都下达根本没有办法完成的任务，怎么办？
3. 怎么作回归分析？
4. 回归分析有什么用？
5. 老板把我手下的一个优秀业务员提拔到跟我一样级别制衡我，怎么办？
6. 每年老板都调我去新地区做开荒牛又不加薪，怎么办？

<<销售是门技术活2>>

7. 市场部有很多策划在我这里根本行不通，如何处理？
8. 大家说我开会太多了，应该开多少次适合？
9. 管理会议要注意什么？

<<销售是门技术活2>>

章节摘录

版权页：插图：在服务型销售组织中，经销商与厂商形成了并行的关系，销售组织不再参与到销售本身的活动中，而是通过提升经销商的销售能力来实现销售额的增长，承担的是经销商的教育工作，行政权力被大大削弱，权力的缺失容易滋生自由主义。

在销售通路的制衡上，由于厂家的销售组织不再直接承担具体的销售运营工作.多少有点“杞人忧天”的担心：感觉不确定性很大，而且处处需要跟经销商协商，有被反制约的感觉。

其实，服务型销售组织并不需要通过行政权力管理经销商：当厂家具有在短时间内完全“摧毁”老经销商、迅速扶持新经销商重建市场的能力时，根本不需要动用“战争”手段就可以完成对经销商的高度控制，只要保持足够的“军事威胁力”即可在最低成本下完成控制。

所以，一个优秀的服务型销售组织架构同样可以完成比管理型销售组织更好的销售渠道体系控制，经销商的忠诚度会更高。

厂家的另一个忧虑是要不要预防辛苦培养出来的助销员从事其他产品的销售，我的观点是：不但不要，而且鼓励发生，因为这是必定要发生的事情。

随着助销员的成长，他们的劳动报酬会越来越高，从事单一产品销售与劳动报酬无法协调的话，最终必然导致人员流失，这也是很多厂家自建网络过不了几年就问题多多的原因所在：基层销售人员总得不到提升，收入原地踏步。

因此，我们只需把握一个原则：助销员只要不销售竞争对手的产品即可。

<<销售是门技术活2>>

媒体关注与评论

<<销售是门技术活2>>

编辑推荐

《销售是门技术活2:团队经理动作分解培训》：让您业绩倍增的团队经理使用手册，大动作分步操练，迅速提高您的团队战斗力。
客户开发培训，客户维护培训，招聘技巧培训，团队素质培训，团队潜能培训，销售思维培训，高效管理培训，激励技巧培训。

<<销售是门技术活2>>

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>