

<<八种武器>>

图书基本信息

书名：<<八种武器>>

13位ISBN编号：9787801008244

10位ISBN编号：7801008243

出版时间：2002-1

出版时间：中华工商联

作者：付遥著

页数：336

字数：230000

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>

<<八种武器>>

内容概要

这是一本将西方营销原理和中国实际情况相结合又便于操作的好书。

你读完后，将成为一名成绩卓著的销售高手。

这本书生动地体现了只要具备创新精神和永不放弃的决心，每个人都可以成功。

这是非常棒的一本书。

全书分上下两篇，上篇的目的是帮助销售代表定出正确的销售策略，下篇是介绍销售代表在实战中的技能。

<<八种武器>>

作者简介

付遥，毕业于西安电子科技大学计算机通信专业。
1995年加入IBM（中国）有限公司，任资深销售代表。
1998年7月任戴尔计算机（中国）公司北京北方区销售经理。
分别负责戴尔在北方区电信行业和华北的销售。
2000年8月任戴尔计算机（中国）公司的销售培训经理。
主要职责是：提

<<八种武器>>

书籍目录

上篇 销售策略 第一章 什么决定业绩 第二章 了解客户 第三章 销售的六个阶段 第四章 八种武器 第五章 成长之路下篇 核心技能 第六章 面对面销售 第七章 销售演讲技巧 第八章 战胜异议 第九章 高级销售技巧(案例) 后记

<<八种武器>>

章节摘录

1998年7月，戴尔刚进入中国市场，为了扩大在电信市场的份额，戴尔从IBM挖来了销售经理负责北方区电信的业务。

当年第三季度，戴尔向北方的电信客户销售了大约五十万美元的产品，第四季度完成了一百五十万美元的销售任务，此时销售团队已经发展到三个人。

此后的每个季度都要增加新人，销售任务都要增加。

这个销售团队怎么能确保在有限的时间里取得最大的销售业绩呢？

他们把所有的客户列出来进行分析，确定了以下原则： 1．先集中精力在北京的客户上。这样在销售时可以节约大量的旅行时间和费用。

2．对重复采购的客

<<八种武器>>

媒体关注与评论

前言 1998年6月，我去日本参加为期四天的IBM亚太地区电信行业会议。白天开会，晚上就去逛街，吃饭，喝酒。离开东京的前一天晚上，我和同事正要去吃饭，在酒店的大堂遇到一个新加坡的同事——女孩子。从新加坡只来了她一个人，正好都说国语，我们就一起去了。

我们吃饭的地方在赤阪，乘地铁直接就到了。日本点菜的技术很先进，餐厅的服务生使用一种无线的手持设备，直接输入菜名的编号，厨房就收到了菜单。

我们不识日文，不知道菜单上是什么菜。正犹豫不知该点什么好的时候，服务生叫来了一个讲中文的厨师。于是我们点了菜，厨

<<八种武器>>

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>