

<<投资收益营销>>

图书基本信息

书名：<<投资收益营销>>

13位ISBN编号：9787806977705

10位ISBN编号：7806977708

出版时间：2006-1

出版时间：海天出版社

作者：迈克尔.J.尼克

页数：247

译者：廖叔同

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>

<<投资收益营销>>

内容概要

在这本革命性的书中，迈克尔·尼克和库尔特·科尼格描述了一个确定和展示销售专业人员能传递给客户的潜在价值的循环往复的过程。

在大多数销售专业人员的基本销售技能和能力中存在大片的空白，《ROI销售》中所描述的原理填补了这个空白。

《ROI销售》提供了一张实用的能帮助所有销售员的地图——不管是新手还是专家——帮助揭开价值分析和价值论证的奥秘。

掌握了价值论证艺术的销售专业人员享受着这门艺术所带来的乐趣，其中包括销售的速决法、创造新的销售机会、折扣最小化以及避免当机不断。

简而言之，这些销售人员正在享受更多的专业和个人的成功所带来的乐趣——相信你能做到。

《ROI销售》的内容涉及到创建和使用投资回报率（ROI）模型，以帮助你的产品和服务寻找更多新的销路并且改善和已有客户的关系和收益机会。

在销售过程中，提供可靠的ROI数据以支持你销售过程中的价值陈述，这一能力正在成为企业对企业销售中的“桌面赌注”——在这个游戏中你需要ROI销售工具。

CIOsearch.com网站的ROI权威人士最近发现，“超过80%的信息技术购买者依靠销售人员帮助他们量化解决方案中的价值陈述。

”事实上，许多首席信息官（CIOs）正试图提高销售人员的能力，以前摄地证明他们的解决方案是五种最重要的选择标准之一。

与其他许多领域一样，成功的ROI销售的关键在于，比你的竞争者做得更好。

《投资收益营销：伴随企业成长丛书》通过提供如下优越的ROI工具装备让你在销售过程中如虎添翼：

： 融入你已有的销售程序、方法和销售队伍自动化软件工具。

提供一个双向反馈圈最大限度地配合你的营销项目，并使其效率最大化。

在销售过程的每一个阶段帮助你的销售团队更加高效。

产生一个让你的潜在客户和现有客户相信并且有说服力的结果。

提供材料以证明你的产品和服务所产生的结果，从而巩固客户的满意度。

<<投资收益营销>>

作者简介

作者：(美)迈克尔·J·尼克 (美)库尔特·M·科尼格 译者：廖叔同迈克尔·J·尼克，(Michael J·Nick)，1998年创建ROI4Sales公司，该公司创建了规范化的客观的价值评估销售工具，以帮助客户增加收益、避免亏损、缩短销售周期。

公司客户范围很广，小到刚起步的公司，大到财富500强如大平原软件、甲骨文、S1和惠普公司。

<<投资收益营销>>

书籍目录

第一部分 建立ROI模型的基础——收集和整理ROI数据 第1章 理解ROI的创建过程 收集信息 记录信息：ROI价值矩阵 建立完美的ROI模型 刺激思考过程 第2章 创建购买原因陈述表 主要概念和指导方针 熟悉如何创建有效的购买原因陈述表 小结 第3章 交易问题界定 创建有效交易问题陈述表的五个规则 主要概念和指导方针 创建交易问题陈述表 确定有形的和无形的成本和节约 小结 第4章 识别关键人物 主要概念和指导方针 掌握关键人物的识别法 在你的价值矩阵中增加关键人物 小结 第5章 预期结果描述 主要概念和指导方针 设定期望结果 检验并改进预期结果 小结 第6章 特色和解决方案的确定 主要概念和指导方针 从公司内部获取信息 价值矩阵评估和特色/解决方案的确定 小结 第7章 ROI类目和价值度量的分配 了解ROI类目和价值度量 主要概念和指导方针 类目和价值度量的分配 对每个特征分配多个类目 不同价值度量的分析 小结 第二部分 构建完美的ROI模型 第8章 价值陈述表的创建 主要概念和指导方针 有效的价值陈述表的编辑 小结 第9章 价值矩阵分析 主要概念和指导方针 小结 第10章 创设主要痛苦指数 主要概念和指导方针 创设KPI 用问题来获取明确的答案 小结 第11章 需要分析问题的设计 主要概念和指导方针 有效需要分析问题的设计 小结 第12章 构建ROI算法 主要概念和指导方针 ROI计算和数学理解 小结 第13章 ROI需要分析问卷界面的设计 主要概念和指导方针 界面设计过程的理解 开始界面的生成 小结 第14章 ROI财务仪表盘 主要概念和指导方针 创建ROI财务仪表盘 小结 第15章 360° ROI销售 主要概念和指导方针 360° 价值评估的创建和使用 小结 第三部分 把ROI融入你的销售和营销过程中 第16章 销售过程中的ROI 主要概念和指导方针 ROI销售与销售周期的七步骤 目标的产品或是服务的动机 确认阶段 面谈阶段 陈述阶段 提议阶段 应有的用功阶段 未决的销售阶段 售后ROI-360° ROI 小结 第17章 ROI和销售队伍自动化的整合 把ROI融入你的SFA项目的主要好处 实施这个融合计划 自动将ROI资源用于销售阶段 设定成交的百分比 小结 第18章 ROI营销 主要概念和指导方针 营销中强力价值的均衡 把需要分析问卷作为销售和营销的工具使用 营销活动中360° ROI价值评估及其他ROI工具的使用 ROI数据作为价值定价的基础 价值矩阵的充分利用 ROI销售和营销项目相结合 小结 附录A 样本与样板附录B 开展ROI研讨会 小结

章节摘录

书摘 建立完美的ROI模型 这本书中的信息是基于这么一个假设，即从你弄清有关你的客户、产品和服务的答案开始，然后系统地阐述驱使你形成ROI模型的问题。但是阐述必要的问题仅仅是完整的ROI模型的一部分。

除此之外，你也需要为你的潜在客户提供证据，证明他们购买你的产品或服务所能带来的价值。解决这些问题的数学方法使你显得比你的竞争对手更为突出。

你将不仅仅要用ROI模型及其计算来证明你的价值，而且要让你的潜在客户知道不购买你公司的产品或服务所付出的成本。

请记住，你最大的竞争者就是维持现状。

随着一个完整的ROI模型的建立，你能帮助你的潜在客户更好地理解他们的主要需要，并协助他们发现当他们开始这个过程时的其他需要，而这些需要也许不太明显。

请记住，所谓有形的ROI模型，即设置一些问题，而这些问题能够追溯从你这里购买的原因，同时将它与解决你的潜在客户交易问题的产品特色相联系。

这就是理解你的价值陈述的内涵所在。

完成ROI模型的其他步骤 当你已经收集好了最初的信息并在ROI价值矩阵记录下来以后，ROI模型创建过程中的其他步骤如下：在矩阵中的每一行界定价值陈述。

分析价值矩阵以消除收益、ROI类目以及公司相关项目的重复。

记住——可信度对于你的客户接受你的ROI模型是非常重要的，因此，你要避免出现任何的ROI重复计算。

设计需要分析问卷，它将成为收集信息的主要工具及销售过程中的分析依据(查看附录A，案例和样板，其中有一例需要分析问卷)。

这是一个变价值陈述为问题的活动，叫做主要痛苦指数(KPI)。

这些问题由需要分析问卷转移到ROI价值矩阵的“问题”栏中。

创建一个ROI仪表盘，它能将任何一个潜在客户的项目结果呈现在一张图表总结上(附录A包含了三例ROI财务仪表盘)。

正如我们在本章一开始所陈述的那样，仪表盘是你在销售过程中交流ROI信息的主要工具。

当你创建你的仪表盘时，对于内容和陈述的细节给予一定的时间和关注是特别重要的。

创建360° ROI价值分析样板，用于售后调查你实际传递给你的客户的价值。

附录A中有一例360。

ROI价值分析样板。

使用软件建立ROI模型 我们使用微软公司生产的Excel和Visual Basic作为开发工具，为客户建立ROI模型——Excel记录信息并执行演算，而Visual Basic用于美化呈现效果。

我们强烈建议你使用几种软件，尤其是用于计算的软件，任何电子制表软件都能在市面上买到。

这些演算可能会非常复杂，你完全可以为单个客户调整模型。

因此，这个模型是电子制表软件的完美的应用。

我们将用电子制表软件做下面几件事：捕捉信息。

传递最终的ROI问卷。

完成数学演算。

创建ROI仪表盘陈述文档。

汇集你售后成功的度量结果。

<<投资收益营销>>

媒体关注与评论

书评 “《ROI销售》对于任何一个渴望成为行业精英的职业销售员而言都是一本伟大的著作。迈克尔和库尔特在书中提到了职业销售员们想要施展全部才能所需的所有工具和技巧——不仅仅是特色、功能和价格。

因为在当今这个竞争更激烈的商业环境里，为了成功每个人都要推销自己的价值，所以《ROI销售》绝对是一本必读之作。

” ——蒂莫西·T·沙利文，国际销售业绩公司负责营销和发展的副总裁，解决销售方案的提供者 “《ROI销售》是同类书中最具指导作用的，同时为销售和客户双方提供帮助，可用来说明和测量一个解决方案所带来的真实财务影响。

” ——吉姆·卡尼赫，伍联数码网络公司负责全球营销和销售的副总裁 “如果高层本身就很机械，那仪提供销售‘工具’就足够了。

但我的经验告诉我，大多数公司需要的不是工具和部件。

他们需要的足加满油的保时捷：也就是能算清公司资产和创造决策者价值的解决方案。

《ROI销售》提供的就不仅仅是一种ROI计算工具。

它引导客户找到一种解决交易问题的方法并让他们始终参与到获利的全过程中。

” ——布莱恩·S·索默，阿伯丁公司负责调研的副总裁 “《ROI销售》指明了一条清晰的道路，如何把客户所关切的货真价实的交易收益注入到你的销售当中。

如果你完全遵照书中的方法，它一定能从根本上提高你几方面的能力，促进产品销售、满足客户并生产出刺激购买的产品。

” ——鲍勃·弗兰克伯格，金山公司现任主席，网成公司前任首席执行官 “《ROI销售》为ROI的价值分析提供了最具权威的资源，让客户了解现状，提供财务利益，从而促成购买决定。

这本书对于使用顾问式销售和需要获得客户关注的销售人员来说的确是一本必读之作。

” ——鲍勃·康汀，Sales Proposals.com的总裁，《让哑巴开口的销售建议工具》的作者 “可信和有效的ROI分析和价值评估是当今市场竞争中销售成功的先决条件，但同时也足销售培训和活动开展中最易破忽略的地方。

《ROI销售》提供了一套实用的理念和技巧，公司或个人把它们用于实践中可以立即提升销售的效果。

如果你想销售中运用ROI，那你一定要看本书。

” ——乔治·罗伯茨，甲骨文公司负责北美区销售的副总裁

编辑推荐

在这本革命性的书中，迈克尔·尼克和库尔特·科尼格描述了一个确定和展示销售专业人员能传递给客户的潜在价值的循环往复的过程。

在大多数销售专业人员的基本销售技能和能力中存在大片的空白，《ROI销售》中所描述的原理填补了这个空白。

《ROI销售》提供了一张实用的能帮助所有销售员的地图——不管是新手还是专家——帮助揭开价值分析和价值论证的奥秘。

掌握了价值论证艺术的销售专业人员享受着这门艺术所带来的乐趣，其中包括销售的速决法、创造新的销售机会、折扣最小化以及避免当机不断。

简而言之，这些销售人员正在享受更多的专业和个人的成功所带来的乐趣——相信你也能做到。

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>