

<<职场俏佳人>>

图书基本信息

书名：<<职场俏佳人>>

13位ISBN编号：9787807425328

10位ISBN编号：7807425326

出版时间：2009-4

出版时间：猫猫 百花洲文艺出版社 (2009-04出版)

作者：猫猫

页数：261

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>

<<职场俏佳人>>

前言

第二天小鱼带谭瑞石到奉贤的某个建筑工地，那是个厂房建设地。

国内的很多工地都是一个样，脏且乱，谭瑞石逛了一圈直摇头，对小鱼说“Jessica，你知道我想到了什么？”

”小鱼摇摇头，她准备聆听谭瑞石的高见。

“我们公司在华东区不是有几个盘厂吗？”

在南方还有两个贴牌的厂，它们是不是也比较不整洁々”“是啊。

”小鱼说，”民营企业多是十多年前的老厂房，虽然规模很大，但厂房并不规范。

不过你应该去参观一下我们公司自己的工厂，全套的现代化设备，让人感觉舒适，并且没有劳工纠纷。

知道吗？”

我们在厦门的盘厂闹过三次工人罢工，前两次被工厂压了下去，第三次没压住爆发开来，闹得整个行业内沸沸扬扬，别人还以为我们公司不顾劳动法，其实只是盘厂没根据我们要求的规范做。

”

<<职场俏佳人>>

内容概要

《职场俏佳人：策赢商海》内容为：在世界500强企业做产品助理的小鱼因为同事的刺激决定改做销售。
尽管朋友告诉她。
做销售的女孩注定孤独。
可她依然前行。
起初。
小鱼得不到同事的认可。
得不到客户的信任。
还遇到了百般刁难的女主管，可聪明的她。
运用自己的智慧，通过坚持不懈的努力。
一步步蜕变成职场俏佳人。
为自己在这个纷繁复杂的圈子里赢得一席之地。
然而。
与男上司渐渐擦出的爱情火花阻碍了她前进的步伐。
她该如何选择？

<<职场俏佳人>>

作者简介

猫猫，女。
在某世界500强企业驻中国总部任职。
长期从事市场销售管理及相关新产品的开发和市场推广工作。
深谙强手如林的外企中适合自己的生存法则。

<<职场俏佳人>>

书籍目录

序篇一 新来的大区经理序篇二 散热不行开个孔序篇三 工地是我的机会？
序篇四 老外，这里可没厕所序篇五 混乱市场中的铜包铝引子 第一章 你可以去扫街，但那没意义第二章 及时并有信息量的培训第三章 不吻我吗？
不吻就没机会了第四章 为何报销不足一百？
第五章 客户的付款为何总是慢？
第六章 两年销售培养计划第七章 同客户该怎么点菜？
第八章 大年小年和鞭打快牛第九章 为何需要买衣服？
第十章 TR流程有问题 第十一章 高速公路上的无助表情 第十二章 连酒店采购都能看不起我 第十三章 两次涨价的不同理由 第十四章 老板，好久不见了 第十五章 见面前我先给你热个身 第十六章 百分之九十的投标是走过场 第十七章 说话是种艺术 第十八章 直投项目四步走 第十九章 民营企业的胆子更大
第二十章 我也难受，可是没办法 第二十一章 我们的未来很光明 第二十二章 销售也做Homework P-？
第二十三章 Performance和Potential 第二十四章 销售最不能得罪的人 第二十五章 怎样堆出最漂亮的黄沙？
第二十六章 男女搭配，干活不累 第二十七章 漂流中的落汤鸡 第二十八章 功夫都在局外 第二十九章 销售的功利性在你身上表现无疑 第三十章 我不老实，但我很善良 第三十一章 什么叫SPIN—OFF？
第三十二章 吓死你的不是鬼 第三十三章 在别人眼里我该多蠢啊！
第三十四章 工作四年就做Manager 第三十五章 在供电局蹲点 第三十六章 你就是没悟性 第三十七章 我知道销售最辛苦 第三十八章 沟通不良的结果 第三十九章 我对白滔有经验 第四十章 做一件事肯定有办法，不做肯定有借口 第四十一章 一行大雁向南飞 第四十二章 这就叫垄断企业 第四十三章 钱能解决的都不是大问题 第四十四章 夜总会就像按摩房旁的厕所 第四十五章 要想成功，你得全情投入 第四十六章 别控制不住情绪 第四十七章 非标的柜子没问题 第四十八章 懂技术的销售真可怕 第四十九章 我的理想是去卖保险 第五十章 商务协调上屡屡失手 第五十一章 别一味仇富 第五十二章 意外中的必然 第五十三章 销售和商人 尾声 这些工厂里面用的都是我们的东西

<<职场俏佳人>>

章节摘录

第一章·你可以去扫街，但那没意义C.B.照明在上海的办公室设在鸿翱大厦，办公室是为整个华东区的销售们准备的，另外还有小部分负责投标的人员。

裴如健是C.B.照明的Sales GM，兼任华东区大区的销售经理，这是他同新招入的区域销售代表戴小鱼的第一次面谈。

小鱼充满好奇地看着裴如健。

小鱼原本是C.B.集团产品部门的一员，首先在C.B.工业集团做了一年的产品经理助理，而后在C.B.照明做了一年的产品经理助理，同时给高强气体放电灯和节能灯灯具提供支持。

她决定转做销售，一部分原因是赌杨小军的气，另一部分原因是冲着裴如健这个Sales GM亲自挂帅。

小鱼觉得Sales GM这个大区经理，有点与众不同：长脸，透着机敏，身材结实高大，大约一米七十八，不是一吹就倒的文弱书生，穿着挺酷的皮鞋，上身是件材质很好的衬衫，他给小鱼的第一印象是有点坏坏的。

裴如健也在审视着小鱼。

这个女孩正襟危坐在他面前，不卑不亢的表情很引人注目。

最引起他兴趣的，是她谦虚地拿着本记事本，同时下的时尚女孩儿不同。

裴如健在最近两三年里面面试过不少新人，也接触过不少新人，他们都在第一时间忙不迭地表现自己的能力，生怕经理认为他们不合适做销售。

这让裴如健回忆起自己刚开始做销售时，网络工具根本不发达，他也是用笔在记事本上把一切都记录下来。

“愿意拿着记事本面对客户的女孩，一定会让客户很有满足感。”

他看着小鱼的简历提问，“我看过你的履历，你在产品部门工作过两年，Manager对你的评价很高。”

我觉得你做事和说话都很稳重，更适合做Supporting Function（支持职能）。

为什么想来做销售？

你认为你适合做销售吗？

“我觉得自己能做好销售的。”

裴如健打量着小鱼，面前的女孩信心很足，然而这身架势却和资深销售区别很大。

“在Irandc做过性格倾向性测试吗？”

裴如健接着问。

（很多跨国企业都向Irandc购买性格测试提供给员工，以此决定他在团队内最适合扮演的角色，公司也能建立一套制度以利用他的特有价值，使其成为团队的主要成员。）

“做过，我是友善型的。”

小鱼毫不避讳地说。

测试把人大体分为四种性格：控制型、影响型、友善型和分析型，大类下再给予细分。

相对于控制型和影响型，友善型和分析型被判为较不适合从事销售工作。

“我是所有类型。”

裴如健顺口说，“我的自然风格是分析型，而后在我刚开始做销售时，我想我的自然风格变成了友善型，四年前我做了测试，那时我的性格是影响型，半年前我又做了次，我的性格变成了控制型。”

知道这说明了什么吗？

“小鱼立刻点头说：“你在过去一定至少做过三个不同的职位，比如最初做的是协调类的工作，而后做的是销售或市场推广类的工作，现在做的是偏管理类的工作。”

“那你现在是友善型，友善型是考拉，为什么我要相信一个考拉性格的人能做好销售？”

难道你不知道，在我们公司做销售是很Challenge的吗？”

“我可以转型。”

“小鱼坚定道，“我可以把自己转成影响型的，您可以，所以我也可以。”

裴如健眼前一亮，眯起眼睛看小鱼：“你在产品部门工作过两年，在销售职位也做过八个月，你觉

<<职场俏佳人>>

得销售和产品两个职位哪个困难？

“产品的职位困难吧。”

“小鱼说。”

“为什么？”

“销售的职责是把产品卖给客户，客户是狼，销售就要做狐狸。”

销售已经够狡猾了，可产品经理却要把产品推销给销售，让销售愿意卖你的产品。

现在的销售越来越精明，产品利润低的不做，项目风险大的也不做，有了单子算在自己头上，没单子则怪罪产品经理没开发好，要做一个让销售满意的产品经理真的很难。

“小鱼没经过思考，立马说得头头是道，‘如果说客户是狼，销售是狐狸，那么产品经理就一定要做个好的猎人。’”

“裴如健有些意外，不禁又仔细打量她，众所周知销售需要更强的手腕，说产品职位比销售职位困难，这种说法他可是第一次听到。”

“有趣……”他已经很满意了，虽然短短十分钟的谈话没法判断她是不是个出色的销售，也许她不够聪明，也许她不够有悟性，但至少她有自己特立独行的一面。

裴如健对小鱼满意的另外一点是她的韧性。

从一年前开始，裴如健习惯于用富于压迫性的对话方式同下属交流，那不仅能试验下属的抗压能力，还能更好地了解下属的真实想法——在压力下的问题回答通常是真实的。

小鱼回答得很好，没胆怯。

这十分钟，裴如健足以判断小鱼够特别。

一个销售最好的招牌不是公司，而是她自己，她自己的性格和习惯。

就如同你作为客户买东西，买海尔空调是因为看中海尔的贴心服务，买星巴克咖啡是因为它的味道和环境，买农夫山泉是因为它的那句广告词“农夫山泉有点甜”，买东西是因为它有特点，给你好感和印象，做销售也是如此。

“你在做产品经理时，有和客户直接沟通过销售吗？”

“小鱼回答说有，做的是舞台灯。”

“有下单子吗？”

“裴如健接着问。”

“没有。”

“小鱼有点脸红，‘不过我在上海同易郎达的一个海外代表接触很多，关系发展得不错，应该是个很大的潜在客户。’”

“小鱼刚准备把自己同易郎达拉关系的过程向裴如健浓墨重彩地描绘一番，裴如健却已经直接打断她：‘好了，够了。’”

“他接着说：‘别急着做项目，你先把流程过一遍。’”

“小鱼被裴如健抢白后有点不高兴。”

她刚想说点什么时，裴如健又问，是不是对于整个产品的投入销售的流程有什么概念。

小鱼说知道：“NPI，IT0，OTR呗。”

“那你就从最简单的OTR做起！”

“裴如健当即给小鱼的工作拍板。”

NPI即New Product Introduction，指新产品引进，有了产品才可能有销售；IT0即Inquiry To Order，包括从销售打单到客户下单的全过程；OTR即Order To Remittance，指的是从下单到发货的整个流程。其中OTR的流程最烦琐复杂，也是不直接产生效益的一个步骤。

“啊？”

！

“小鱼顿时有点吃惊过度，她本以为裴如健会把她派到第一线去，可没想到居然做的是后勤工作。”

小鱼默想：看来当初她选择来到上海，选择直接汇报给一个Sales GM是错误的了，裴如健显然不可能成为她在职场上的贵人，相反他也许会把她的才能埋没，让她宝贵的青春虚度。

她还在犹豫着是否向裴如健要求些什么，裴如健却很有效率地给她发又一个指令：“你首先就做宁开

<<职场俏佳人>>

展览中心的OTR ZIZ作。

” “你Dot Line向瑞贝卡汇报，做宁开展览中心时有什么不懂的就问她。

对了，宁开展览中心刚拿到中标通知书，你的工作还没这么快展开，这段时间你可多与销售和销售支持们混熟，对你以后的工作有帮助。

在开始大约三周时间里，你先熟悉环境和产品，如果你想要做些基础的销售工作，也找瑞贝卡给你安排。

” Dot Line的意思是虚线，Dot Line Report也就是指虚线汇报。

你有一个直接老板，他决定了你一年背多少指标，有权评价你的表现，但出于业务需要，你还需要向另外一个经理汇报，这个经理不对你的指标负责，只对你的表现提供参考意见。

就像小鱼现在，直线汇报给裴如健，但因为裴如健是Sales GM兼华东区销售经理，没什么时间能给小鱼指导，所以裴如健给小鱼另外安排了个小区经理瑞贝卡指导她。

C.B.照明在华东区的架构本来很简单，一个大区经理下带十多个人，但为了方便管理，在三年前改成了扁平化管理模式。

华东区下划分一个小区，备有一个小区经理，三个小区经理向大区经理汇报，在华东区，除了三个小区经理外，裴如健自己还直接管三个人，负责重要的项目。

瑞贝卡是负责上海、江苏和浙江的小区经理。

“你明白Direct和Dot Line汇报的意思？”

”裴如健问。

“当然。”

”小鱼想裴如健真是多问，不就是脑门上多了根电线杆嘛！

’她应了声，向裴如健告辞。

她的心里有点波荡，在刚看见这位Sales GM时，他给她如沐春风的感觉，可谁想到他会这么咄咄逼人。

出办公室时，她碰见了瑞贝卡。

两个女人打了个照面，小鱼立刻觉得自己有点相形见绌。

其时小鱼一身淑女装的打扮，米色窄身裙、白色花边衬衫、浅蓝色背心，戴副平光黑框眼镜；瑞贝卡则是职业化的打扮，白色套装加黑色内里，妩媚且成熟。

瑞贝卡身材高挑匀称，同她站在一起，小鱼甚至觉得自己有点营养不良。

瑞贝卡的座位在小鱼左侧，座位区域比小鱼的宽敞，桌上除几个小饰品，其他的空空无物。

两个女人坐着有一句没一句地聊，瑞贝卡二十九了，却一点看不出，相反比小鱼还要放得开，有活力。

瑞贝卡是杭州人，大学阶段在香港度过，毕业后一直在上海工作。

兴许是时日久了，便也沾了些典型南方女子的娇媚，加上她在行业里混久了，对行业的潜规则了如指掌，举手投足间自有股硬朗沉稳的气质。

她从毕业后就一直做销售，沉稳和妩媚并有的双重气质倒也得了不少便宜。

小鱼的加入压根儿没让瑞贝卡产生一丁点儿情绪。

对于小鱼这种充满理想满腔热情要求做销售的女孩，瑞贝卡见过许多拨了，却也见了她们极少有能持久的。

每想到这个，内敛的瑞贝卡总忍不住会微笑。

她认为那可不是幸灾乐祸，而是用他人的失败来肯定自己的一种方式。

瑞贝卡不痛不痒地关心了小鱼两句，跟着问：“裴如健给你安排了做哪块儿工作，有没什么需要我帮忙的？”

” “他让我负责项目的OTR部分。”

”瑞贝卡微笑了下，心说原来暂时只是个打杂的。

她又问了些别的，当听小鱼说裴如健指定她做小鱼的Dot Line MANAGER时，心里有点不高兴：为什么要丢个没用的新人给我。

<<职场俏佳人>>

媒体关注与评论

一个好的销售要懂得长期投资。
长期维护，而不仅仅是做一单算一单；一个好的销售不能只注意产品本身，更要注意产品背后的价值。
爱情也是一样，不能把爱情看做快餐。
要有长期的经营意识。
——小鱼

<<职场俏佳人>>

编辑推荐

《职场俏佳人:策赢商海》介绍了：细数世界500强的销售生存法则，全景解析职场女性经历种种白刃战后的蜕变密码2009年，高级销售人才面对金融海啸，她的故事教你如何登上销售金字塔，成为职场俏佳人！

这个行业存在已久，却让人倍感神秘。

在经济寒冬，在纷繁复杂的销售圈，请掌握生存法则，迅速蜕变成为职场俏佳人！

机遇只垂青那些在追求中的人：在职场上，机遇不会如期而至所以，你一定要善于把握机遇。

在整个销售过程中，销售要做的就是用黄沙垒出最漂亮的形状让客户不忍心推倒？

绝大部分销售的能力都差不多，但为什么有的人做得好，有的人做得不好？

答案是目的性不同。

做得不好的人做项目逮到一个是一个，做得好的人做项目则有明确的意向性。

所以，销售要给自己设定scope。

知道自己什么项目该做，什么项目不该做。

一个好的销售，不应该是单纯的卖家，只注重抓住客户的钱包，而应该关注长远利益，试图抓住客户的心。

<<职场俏佳人>>

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>