

<<营销关键点>>

图书基本信息

书名：<<营销关键点>>

13位ISBN编号：9787111350903

10位ISBN编号：7111350901

出版时间：2011-7

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）里克·佩奇（Rick Page）

页数：231

译者：张楚武、陈芳芳

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>

## <<营销关键点>>

### 内容概要

一直以来都有一些关于顾问式销售的好书，但它们忽略了竞争的因素。也不乏一些关于竞争性销售和权术式销售的课程，但它们又忽视了业务问题的解决方案——就好像你可以置利益于不顾，单靠玩弄权术就能赢得业务似的。

《营销关键点》首次填补了这个空白，超越了以往那些书籍和课程。它把顾问式销售、竞争性销售、权术式销售以及团队销售等领域成功从业者的最佳作业经验融合起来，形成了统一而简单的战略流程，去赢得销售和影响客户。

《营销关键点》所探讨的主要是企业间B2B直接销售的“机会管理”流程。我们的重点在于如何制定“在竞争性评估的环境、以团队推销的方式、向多层次购买者推销解决方案”的销售策略。

关于竞争性评估这一部分，我们的目的其实是通过先发制人的客户管理方式在评估开始前就赢得评估，或者干脆让客户放弃竞争性评估。

我们用于阐述自己流程理论的材料，都是来自于我们自己作为销售人员或销售经理时所遇到的真实事例，或是来自于我们客户真实经历。

这些故事将理论与现实世界紧密地联系在一起，赋予概念以生命。

## <<营销关键点>>

### 作者简介

瑞克·佩吉是美国复杂销售解决方案公司的创始人，该公司帮助全球50个国家的组织进行销售管理的咨询与培训。

佩吉先生是业内公认的B2B团队销售权威，他本人亲自培训过的销售明星超过25000名。

## <<营销关键点>>

### 书籍目录

前言

第一部分挑战——错综复杂的销售

第1章 失去控制

第2章 是什么使复杂销售变得更复杂

第3章 竞争评估

第4章 人才和团队销售

第5章 竞争优势的“军火库”

第二部分解决方案——R?A?D?A?R?

第6章 R?A?D?A?R?——让复杂销售变得简单

第7章 关键一：建立解决方案与痛苦（或收获）之间的联系

第8章 关键二：挑选潜在客户

第9章 关键三：建立竞争偏爱

第10章 关键四：确认决策制定程序

第11章 关键五：向有权人士推荐

第12章 关键六：传达策略计划

第三部分执行时的策略

第13章 16种机会层级的销售策略

第14章 改变议题以及以时间为基础的销售战术

第15章 10种个人层级策略

第16章 在“高层”销售——锁定高层管理人员

第四部分在开战前获胜——客户管理

第17章 从机会管理进入客户管理

## <<营销关键点>>

### 章节摘录

业务开发者会把那些潜在的需求或者潜伏的问题激化成客户购买解决方案的行动。他们知道，一旦需求被定义了，那么第一个步骤就已经结束了，竞争性评估也即将到来。

第一步是找出潜在的业务问题，并建立一个愿景，让客户看到问题解决之后的景象。或者他们会建立另一种愿景：如果他们最大的竞争对象是“不作为”，使得客户的问题没有解决，将会有什么样的情况发生。

这么做就会帮助你在客户目前的状况以及可能演变的状况间划出一条鸿沟。

下一步就要将这条鸿沟数据化，这样就能确定其财务上的投资回报率。然后，他们就要去寻找那位有力资助人，因为这个资助人由于这条鸿沟而产生了政治上或者情感上的痛苦，在此，我再一次强调：痛苦并不是来自问题本身，它来自策略情势上的窘迫性或者功成名就的机会。

当然，没有痛苦就不会发生改变。

创造需求听起来很困难，确实这种销售很难做，但是保险业务员随时都在做这件事。

没有人会主动打电话过来，告诉业务员：“请您卖份人寿保险给我吧。”

但是，这些业务员每年卖出的保险总额高达数十亿美元。

他们会将鳏寡孤独的凄楚、身着破烂衣裳的子女的痛苦转化为退休养老、进入大学深造的画面，然后创造客户采取行动的情感欲望。

## <<营销关键点>>

### 媒体关注与评论

这本书是在大领导及小领导的推荐下买的，但看这本书是因为要给分公司的中层管理人员讲读书心得。

用一个晚上看完并写出读书心得，感触很深！

——当当网友 如果你从事销售行业而又能看到这本书的话，那么恭喜你，你的功力的提高将是几何级的。

书中对销售问题的深刻认识和解决方法正是我们这些销售人员平时模糊在用、一直寻找的东西，所以我只看了一半，就已经决定将它视为我看到过的最好的销售类图书。

——当当网友 如果你是大型企业的销售主管、营销总监或者是大客户销售顾问、客户经理，那么无论什么产品，有形的、无形的、品牌的，还是不知名的，这本书对你的作用就是销售业绩的直接提升。

——豆瓣网友 可读性很强的一本书，尤其是书中对于公司中不同力量博弈的描述，让我明白原来老外也有那么多的斗争。

很多技巧非常实用，很喜欢这本书。

——豆瓣网友

<<营销关键点>>

编辑推荐

向世界级销售与客户咨询服务的大师学习销售策略! 如何通过先发制人的客户管理方式在客户评估程序开始之前就赢得评估, 或者干脆让客户放弃竞争性评估? 在竞争性压力下如何解决  
问题?

<<营销关键点>>

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>