

<<成功销售必读的24本书>>

图书基本信息

书名：<<成功销售必读的24本书>>

13位ISBN编号：9787300079660

10位ISBN编号：7300079660

出版时间：2007-4

出版时间：中国人民大学出版社

作者：孙路弘

页数：174

字数：10600

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>

## <<成功销售必读的24本书>>

### 内容概要

这是一所没有围墙的销售大学。

没有围墙，意味着所有的读者都算是学生；没有考试，因为每个学生都不是为了考试而学习；没有毕业证书，因为所有的学生都不需要证书来向别人证明自己的实力；没有毕业答辩，因为每个学生明天都在实践中答辩。

这里的学生构成了中国8000万销售大军，构成了中国社会走向商业社会不可缺少的社会力量。

你现在看到的根本不是一本书！

你看到的其实是一所大学四年的教学手册、课程的详细大纲以及每一门课的教授所推荐的教材的详细内容和相关目的。

## <<成功销售必读的24本书>>

### 作者简介

孙路弘，销售行为学家，高级营销顾问，畅销书《用脑拿订单》作者，《销售与市场》专栏作者。

孙路弘先生先后销售过16种产品，具备国内外实际的营销、销售经验，同时对国际化的营销、销售行为理论有着独到的研究和探索。

自1998年回到中国，曾为数十家国内外著名企业提供

## <<成功销售必读的24本书>>

### 书籍目录

第1章 读书有方法 教学目的 商业图书与教科书和小说的阅读方法是不一样的，商业图书的四个阅读原则和四个阅读线索有助于提高阅读的效率。

阅读原则 二八原则 集中优势精力原则 递进原则 好为人师原则 阅读线索 兴趣线索 难易线索 实用线索

第2章 销售布局：销售如同下棋，布局为先 教学目的 透彻理解销售布局的关键要点 学习课程 《销售的革命》 《帕特森销售策略》 《新战略营销》 《引爆点》 《再造销售奇迹》

第3章 销售队伍建设：销售也需要带兵，然后才是打仗 教学目的 理解培养销售人员、辅导销售人员、管理销售环节的道理 学习课程 《销售管理与客户关系》 《销售管理》（三本） 《销售人力资源管理》 《管理销售人员：一种关系管理方法》 《销售团队管理》

第4章 销售行为：不要相信他的说法，观察他的行动 教学目的 透彻理解销售行为的作用，同时理解消费者采购行为的规律 学习课程

《影响力》 《顾客为什么购买》 《购买的真相》 《如何影响顾客的购买决定》 《用脑拿订单》

《销售的第一修炼》 《成功的销售实践》

第5章 大客户销售策略：策略制胜的说法 教学目的 面对大客户与大众客户不同的销售策略 学习课程 《SPIN销售巨人》 《竞争性销售》 《战略大客户管理的7个关键》 《向关键决策者销售》 《向富裕阶层销售》

## &lt;&lt;成功销售必读的24本书&gt;&gt;

## 章节摘录

二八原则 二八原则是区别对待二元事物的一个最常见的原则。

比如，一家企业有两大类产品，一类赚大钱，另一类赚小钱。

在赚钱的总数上，大钱占80%，小钱占20%；但是，在销售掉的产品中，却是赚大钱的产品仅销售了20%，而赚小钱的产品却达到销售数量的80%。

这就是二八原则最常见的表达方式。

图书也一样，80%的价值可能仅占20%的页码。

还是以《影响力》为例，其中6条影响力原理是这本书的精华，总共不到70页，约占全书20%的内容(全书共354页)。

但是，这些精华内容却构成了全书80%的价值。

这就是二八原则。

那么，作为读者，你应该如何来阅读这样一本书呢？通常，一本书最有价值的部分是作者的思想，而思想的火花总是较少的。

为了阐述思想，需要用大量的多达80%的文字和笔墨来加以叙述，像观点的形成过程，证明其观点正确的事例等。

这些文字通常是感性的，非常容易阅读且趣味横生，是读者不需要调用左脑就可以轻易理解，并唤醒右脑中感性印象的内容。

这些内容通常不过是作者的写作技巧，而非其真正有价值的思想观点。

但是，人类通常不习惯做有困难的事，就像自然界中的阻力，只要物体之间发生了位移，就会形成摩擦，从而阻止物体之间相对运动。

读者与作者之间便是一种互相理解的相对运动，当文字内容形象、感性时，相对运动就容易发生，读者会不断延续其阅读惯性；当文字内容理论、抽象时，阻力相对较大，这时往往是作者发表其真知灼见、拿出其真金白银的时候，需要读者用左脑思考一下才可以理解和领会，此时读者阅读的速度会明显下降，由通常的每分钟阅读400个字降为每分钟80个字。

不信，你测试一下阅读《金字塔原理》第73页，看需要用多长的时间做到理解，也就是阅读完。

这一页大约有400个字，内容是讲归纳思维的。

作者虽然是位女性，但其逻辑思维严密、文字抽象、条例复杂，读者阅读起来速度明显会受到限制。

因此，二八原则阅读法是指一种阅读时间的分配，根据读者的阅读能力并结合图书的内容来进行一种有效率的分析。

比如，如果读者擅长形象思维，那么就采用跳跃式阅读，选择其中感性的内容来阅读。

像《影响力》中就有许多绘声绘色的故事，采用跳跃性地阅读这些故事，可以完成这本书80%的内容。

如果每天读2个小时，则一个星期就可以读完。

比如，你可以从第51页童子军卖票的故事开始读起，然后跳到第95页战俘思想改造的过程，或者跳到第166页社会冷漠的例子，也可以直接跳到第223页乔·吉拉德的汽车销售技巧，然后再跳到第314页“罗密欧与朱丽叶效应”。

而后你可以重新回到第74页阅读海尔服务品牌效应的建立技巧，接着再跳到第144页惠佳卖表的技巧和故事，甚至还可以大幅度地跳到第263页中国领导干部喜好问题的纪实报道。

如此阅读，虽然没有机会品尝作者的真知灼见，但是，你完全可以通过自己的悟性瞬间开窍，突然明白作者的核心意图。

这也是一种阅读境界。

如果读者擅长理性思考，那么也可以采用跳跃式阅读直接领会作者的核心思想和观点，这些是这本书的关键部分。

这样的阅读如同在与作者交谈，思想的碰撞也许可以让你发现这些思想居然也可以应用到周围的生活中。

于是，这本书的价值就得到了升华，它启发你有更多的思路，从而超越了作者，从读者的层面上升

## <<成功销售必读的24本书>>

到评论者的层面。

这通常是20%的文字带来的收获。

市面上的多数商业图书都可以采用二八原则来分配阅读时间，其理性内容与感性内容之比是2:8。

除非碰到一本特别艰难的很有思想的图书，比如《金字塔原理》，就必须调用左脑来学习。

对于这样的图书，通常的阅读方法不奏效，而应该采用每周阅读10页，用30周的时间来完成这本书的学习。

这属于超常方法，采用超常方法阅读的图书占有所有商业图书的20%，所以这也是一种二八原则。

在二八原则的指导下，可以有效地分配阅读时间、分配阅读页面、分配阅读内容，从而大幅度地提高阅读效率。

P6-P8

## <<成功销售必读的24本书>>

### 编辑推荐

《成功销售必读的24本书》继《影响力》之后，孙路弘告诉你。

书山有路，孙路弘教你选书。

销售类图书的选择：目前市场上销售类图书有两大类，一类是引进图书，一类是本土图书。

在引进图书中又分为两种，一种是学院派的教科书，这种书理论性较强，体系完整，但是与现实的销售行为关系不直接。

另一种是总结一线销售经验的店面书，这种书比较贴近现实，实战性强，但往往缺乏符合中国国情的销售策略的应用。

在本土图书中又分为两种，一种是汇编大量国外图书中的内容拼凑而成的“编著”图书，通常这种书不要购买。

另一种是真正本土的作品，是作者根据自己的亲身研究，结合中国一线的销售案例，总结、提炼而成具有实战操作方法的“著作”，这种书需要读者细细甄别。

学海无涯，孙路弘教你读书。

商业图书的四个阅读原则：二八原则、集中优势精力原则、递进原则、好为人师原则。

高效阅读的三个线索：兴趣线索、难易线索、实用线索。

<<成功销售必读的24本书>>

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>