

## <<入门期销售人员的系统训练>>

### 图书基本信息

书名：<<入门期销售人员的系统训练>>

13位ISBN编号：9787301112502

10位ISBN编号：7301112505

出版时间：2006-12

出版时间：北京大学出版社

作者：秦毅

页数：192

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>

## <<入门期销售人员的系统训练>>

### 内容概要

对企业来讲，能否打造一支内外兼修、能征善战的销售队伍，是企业长远发展的关键。

虽然大多数企业对销售队伍的培训投入了大量的财力和精力，却发现销售队伍仍然是“庸庸碌碌者比比、独当一面者寥寥”，甚至连许多销售人员都对培训怨声载道。

秦毅先生根据自己十余年来对近百家企业销售人员的培训经验，总结出优秀销售人员必须进行的36项核心训练的内容和步骤，并以鹰的成长过程做比拟，划分销售人员四个典型的成长阶段，形成了本套“鹰计划”丛书。

“鹰计划”丛书共分四册，针对不同时期销售人员的不同特点，分别阐述入门期、生存期、成长期和成熟期销售人员的训练内容、训练方法和考核标准。

本书是“鹰计划”丛书的第一册，主要介绍入门期销售人员常见的培训问题、销售人员典型成长阶段划分，以及本阶段销售人员的产品知识教育、拜访礼仪训练和企业认同感塑造。

## <<入门期销售人员的系统训练>>

### 作者简介

秦毅，实战派销售专家，销售管理培训专家。

北京大学光华管理学院营销管理专项MBA，国家注册咨询师。

现任多家国内知名管理顾问公司销售管理专项首席特聘顾问，北京大学企业家研修中心营销管理专项特聘讲师。

近十年来，秦毅先生一直致力于销售行为研究及销售队伍管理方面的研究，经历了大量的企业销售管理和相关销售培训的运作实践，提出了包括：企业销售管理体系建设要点、销售模式的效率效能分类法、销售经理的技能模型、大客户业务经理的核心技能模型、销售精英的特质要求等基于企业实践的多项成果，并成功主持或参与了诸如戴尔（中国）、摩托罗拉、微软（中国）、中国移动、中国电信、联想电脑、神州数码、方正科技、大唐电信等数十家企业的销售队伍管理咨询及相关系统培训的项目。

## <<入门期销售人员的系统训练>>

### 书籍目录

总自检前言第一章 企业销售队伍培训的现状及存在问题 一、系统训练对于销售队伍的意义 二、企业销售队伍的培训现状 三、销售培训中常见的八个问题 四、企业销售培训体系建设纲要第二章 有关“鹰计划” 一、赫哲人与鹰 二、“鹰计划”简介 三、销售人员的四个典型成长阶段第三章 雏鹰阶段（入门期）销售人员的培训要点 一、入门期销售人员的典型状态 二、入门期销售人员的训练要点第四章 产品知识的学习与掌握 一、学习产品知识时的常见问题 二、销售人员应掌握的产品知识 三、产品知识的培训方法第五章 销售过程中的礼仪规范 一、销售人员的常见礼仪问题 二、拜访客户过程中的礼仪规范 三、与客户一同吃饭时的礼仪要点第六章 新员工企业认同感的培养和塑造 一、什么是员工对企业的认同感 二、培养销售新人企业认同感的方法参考答案

## <<入门期销售人员的系统训练>>

### 章节摘录

案例：如此应答背景介绍：小莉是金光旅行社销售部门的一位客户经理，今天轮到她电话值班。眼看着快到新年了，很多客户都打来电话咨询春节旅游线路的事，因此金光旅行社的热线电话铃声不断。

今天小莉的心情不错，据前几天值班的人讲，由于公司近期的广告效果不错，一天签约七八个也不成问题。

顾客：喂，是旅行社吗？

小莉：（嘿，说来就来了，看来今天运气不错）您好！

这里是金光旅行社，请问您对哪条线路感兴趣？

顾客：我想春节出去转转，你们公司有东南亚的旅游线路吗？

小莉：当然有啦，不知您对东南亚的哪条线路感兴趣？

顾客：哎呀！

我也说不清，听同事说，有个普吉岛不错，不知道要多少钱？

小莉：您说的是“一地深度休闲游”还是“六日五地全景游”？

我们公司有好几条线路都包括普吉岛，价格都不一样，不知您的同事推荐的是哪条线路？

顾客：好像不是什么“深度游”，他也没说过什么“全景游”，反正我就想在那里住上几天，顺便参观一下桂河大桥，据说还有各种表演。

小莉：不对不对，您说的已经不是普吉岛了，您说的是清迈，那里离普吉岛还有几百公里呢，根本不在同一条线路上。

顾客：那不对呀，去年我的同事去了之后，还给我们看照片了，照片上确实有个桥，他还说那里特别清静。

这个春节我就想清静清静，你帮我看看有什么地方可以去。

小莉：这位先生，我看这样吧，（小莉已经有些不耐烦了）全世界清静的地方太多了，大洋洲有新西兰，非洲有开普敦，东南亚有长滩、塞班等，都挺清静的。

我看您没出过国吧？

出国旅行的程序是这样的……建议您先想好了要去哪里，计划要待多少天，然后再想好大概要花多少钱。

等这些都确定之后，再来跟我们联系。

我们是国家一级旅行社，服务、线路等方面都是一流的，您想好了之后，就打这个电话找我，我叫小莉，您转7188就行了。

顾客：好吧好吧，那我再看看，回头再说吧！

小莉：好的，感谢您来电话。

（真倒霉！

怎么遇到这么一个啥也不懂的“老冒”？

真是浪费我的感情。

）喂？

这里是金光旅行社，请问您对哪条线路感兴趣？

……分析点评在现实中，类似小莉这样接答电话或是接待来访客户的销售人员不在少数，他们虽然接受过一些有关产品和销售技巧的培训，但所学知识严重缺乏系统性，没有按照标准的“接答六步骤”进行，并且还有“产品介绍不系统、未关照客户的感受、缺乏客户视角”等诸多问题。

商场如战场，如果一个销售人员没有经过系统的销售培训，就被送上与客户接触的第一线，极有可能造成灾难性后果！

（一）给客户留下恶劣的印象市场竞争日趋激烈，客户可选择的余地也越来越大，因此，销售人员与客户接触的第一印象越来越重要。

无论是通过电话，还是通过面对面的接触，一旦某家公司的销售代表给客户留下了不好的印象，客户就会在心里留下一个“阴影”。

## <<入门期销售人员的系统训练>>

虽然客户也说不清这“阴影”到底是什么，但这些“阴影”会自然而然地使客户对该公司和该销售人员作出否定的判断。

上述案例中的小莉，暗示客户不懂地理知识、暗示客户没出过国、客户在电话里问了半天却没有得到确定的信息等，都属于这种“阴影”，都会给客户带来负面的影响。

（二）丧失应得的机会公司做了大量广告，好不容易才造成了客户的主动询问（其实，为了获得客户的一个电话询问，公司要投入相当高的成本），但一个没有经过系统训练的销售人员，会轻易地丧失掉这些机会，使公司前期的广告或品牌投入化为乌有。

在上述案例中，那个客户估计不会再给这家旅行社打电话了，更不可能选用这家公司的服务！

（三）造成不同的“正负循环”系统的培训可以造就优秀的销售人员，使他们能够把握甚至成功挖掘客户的需求，从而促使客户选用其产品，并能做好后期的跟踪服务工作，这样就能造就一个满意的客户。

而一个满意的客户，又会给这个销售人员和公司带来更多的销售机会，这就是系统训练所带来的“正向循环”。

相反，没有经过系统培训的销售人员会很容易地给客户留下坏印象，使客户不选用他们所推荐的产品。

在业绩的压力下，这些销售人员难免会产生沮丧、急躁、不自信等情绪，而这种情绪又很有可能被带到与其他客户的接触中，从而使成功的概率又下降了一些，这就是“负向循环”。

这个循环极有可能导致这个销售人员的“阵亡”，甚至是整个销售队伍的“溃散”，而这一切，都是因为销售人员没有受过系统培训造成的。

<<入门期销售人员的系统训练>>

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>