

<<虎口夺单>>

图书基本信息

书名：<<虎口夺单>>

13位ISBN编号：9787301147856

10位ISBN编号：7301147856

出版时间：2009-1

出版时间：北京大学出版社

作者：马克

页数：246

字数：245000

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>

<<虎口夺单>>

前言

如果你是NBA火箭队球迷，现在有两个选择，且只能选择一个。

A.看一场50分钟的痛快淋漓的火箭队比赛B.看一场25分钟的比赛精华片断，另外25分钟姚明与你面对面沟通整个比赛过程，包括战略安排，战术执行如果选择A，请不要阅读本书。

如果选择B，请阅读本书。

本书结构：虎口夺单=夺食篇+训狼篇夺食篇，与读者朋友所见到的商战类小说不同，我非常强调故事的真实性，为了真实性，我宁愿以牺牲情节的精彩为代价。

因为我相信，理性的读者朋友会更希望能从这个故事中找到做业务的方法和策略，而不是沉醉在精彩却与自己相距十万八千里的情节中：受令迎战：乔林突然接到王总提供的一个迟到的销售线索，两大对手高途软件和迅提软件已经进入很久了……战前分析：系统分析之后，发现这个销售线索成功的概率不足20%，可乔林依然决定受命于危难之际，并说服团队成员和自己一起奋战……突破前哨：绕过警觉度很高的前台，乔林像猎人一样守候着自己要突破的人，终于她出现了，并成为乔林的第一内线，至此乔林找到了一盏探照灯，让他继续前行……四处碰壁：乔林在前台的帮助下，向客户的决策者发出参与这个项目的请求却被多次拒绝，就在乔林非常失落和无助的情况下，遇到了一个关键人物……巧遇贵人：总经理助理，一个被对手忽略的角色，成功地被乔林启用，并成为他的第二内线，在这个内线的帮助下，乔林获得了很多关键性的线索和机会……拨剑再战：面对贵人提供的绝密也是绝望的信息，乔林心灰意冷，在关键时刻王总成功激发了乔林的斗志，乔林决定发起反攻，精彩的搏杀从此开始……突破重围：乔林精心策划，认识了项目的一个关键人物，使之成为第三内线，正是在这个第三内线的里应外合下，沉重打击了不可一世的竞争对手，惊醒了客户的决策层，乔林得到了一次展示的机会。

虎口夺单：乔林团队抓住了这个难得的机会，在展示中一炮打响，赢得了客户的好感；惊慌失措的对手使出了杀手锏，但这次倒在血泊中的不是乔林……在历经重重险阻之后，乔林和他的团队完成了一个看似不可能的惊天大逆转。

故事中的乔林只是一个普通人，我希望你能从这个非常真实的故事中找到感觉，产生共鸣，引发思索。

成功可以复制，乔林能做到的事情，你一定也能。

训狼篇，该部分以故事为基础，分析了乔林的思维方式和行动模式，系统阐述了一个业务员需要从哪些方面来提升自我。

这也是我在全国各地讲授销售课程的精华部分。

内容以乔林为两位刚入行的销售人员在咖啡厅里的授课来展开，通过朴素真实、幽默风趣的对话，把一些晦涩难懂的销售知识和技能很好地诠释给读者。

我拥有近十年的一线销售经验，因为长期从事二、三线品牌产品的销售，因此长期处于夹心饼干的“奶油”位置，向上，面对对手强大的品牌压力；向下，面对对手激烈的价格冲击和层出不穷的阴招怪招，在夹缝中求生，每一次销售都像是在虎口里夺食。

这样的挑战，养成了我独特的销售个性——狼性。

其中的辛酸和快乐，也只有和我一样的业务员才能感受到……业界的朋友们都说我是一匹攻击力超强的“狼”，但我认为自己更是一匹善良的“狼”，因为，我很愿意将我的经验同每一个需要帮助的人分享。

最终，我选择了最适合自己的方式——成为一名销售培训师。

在全国各地，我对各行各业的销售员讲授“虎口夺单”的销售案例，一线销售员无不为之动容，销售经理以及企业负责人无不希望他们能够拥有“乔林式”的业务员。

学员们鼓励我将这些经验和理论整理出来，以便更好地帮助他们。

在他们的激励下，我产生了写这本书的想法，他们是我前进的最大动力。

希望这本书能给激励我的学员们带去帮助，也希望读者朋友能从中受益。

同时，我想和各位读者朋友分享最后一个想法。

如果你、你的团队和你的产业属于下列情况中的一种或几种，这本书对你的帮助会更大。

<<虎口夺单>>

1.所面临的市场竞争非常激烈，每个订单参与对手都超过3个以上；2.你和你的团队正在开拓新市场，冲锋陷阵；3.希望不断开发新客户；4.所在行业的销售周期比较长，客户决策流程比较复杂；5.所在行业需要通过频繁接触企业高管才能成交；6.无法在第一时间获得销售线索，导致销售处于被动局面；7.上要面对强大的品牌压力，下要面对激烈的价格冲击，需要在夹缝中求生存；8.销售员已经没有激情或者已经丧失战斗力；9.你的公司知名度不高，品牌不够响亮，能够提供给销售员的资源有限，更多的是依靠提升销售员的个人能力和团队合作能力来提升业绩；10.希望了解你的老客户是如何被对手所吞噬的。

马克2008年11月于苏州穹窿山

<<虎口夺单>>

内容概要

知名品牌公司的品牌压力，同类品牌激烈的价格冲击和各种阴招怪招，常常使销售人员处于夹缝之中，每一次成功销售都只能是虎口夺食。

《虎口夺单》是一本为中国90%以上的销售人员所写的精彩销售培训小说，它以可复制的实战性、可感触的真实性教给销售员如何以“狼性”品质在“虎口”夺单。

销售高手乔林突然接到一个销售任务。

事态紧急，连夜分析销售线索，了解客户需求，结论：成功率只有20%。

是放弃还是坚持？

王总将选择权给了乔林。

面对客户紧闭的大门，面对高途、迅提公司强势的品牌与凶悍的作风，乔林相信：狭路相逢，勇者胜。

乔林带领团队敲开了客户的大门，找到了三重内线，结识了总经理和副总经理，扭转了客户的决策流程，事态从此峰回路转……二十多个日日夜夜的“浴血奋战”，终于完成石破天惊的销售大逆转。

捕猎归来，大获全胜之后，乔林半推半就地被推上内部销售培训师的位置，从此开始了对两只小狼——鲁捷和李静的强化训练……

<<虎口夺单>>

作者简介

马克，中华讲师网、阿里巴巴直播中心销售培训师，《销售与市场》杂志特约撰稿人兼顾问，CRM客户关系管理专家，SalesOK CRM、好易管CRM总架构师。

马老师从基层销售做起，长期奋战在市场一线，拥有近十年的销售管理及培训经验，熟知每个阶段销售人员在想什么、做什么、困

<<虎口夺单>>

书籍目录

人物介绍前言夺良篇 第一章 受令迎战 第二章 战前分析 第三章 突破前哨 第四章 四处碰壁 第五章 巧遇贵人 第六章 拔剑再战 第七章 突破重围 第八章 虎口夺单训狼篇 第一天 认识自我 第一节 你是谁 你为什么选择销售工作 你就是你眼中的你 你不是卖东西的销售员,而是帮助客户买东西的专家 第二节 客户是谁 到底谁是你真正的客户 客户究竟是我们什么人 寻找客户的五大法则 第三节 成功源于成功的信念 信念让精神更有生命力 狼性销售的精神与信念 永恒不变的销售技巧 第二天 销售策划 第一节 赢在准备 不做准备的销售员就是准备失败的销售员 销售员缺乏自信的三大毒瘤 销售时间分配的“424法则” 第二节 拜访前要做哪些准备工作 了解客户信息 成为产品应用专家 公文包里的秘密武器 知己知彼与SWOT分析 第三节 策划你的个人品牌 确定你的个人品牌关键词 设计销售情景,强化品牌定位 第三天 提问的艺术 第一节 客户为什么购买产品 客户购买三要素 客户需求是如何产生的 客户需求的分类 了解客户动机,帮助客户购买 第二节 让客户行动起来 树立专家形象,建立沟通意愿 先了解客户思想,再了解客户需求 你的客户为什么还不行动 让客户行动起来——痛苦快乐销售法 第三节 全方位了解客户 了解客户的公司层面 了解客户的工作层面 了解客户的私人层面 第四天 销售展示 第一节 销售展示前的四个问题 你了解客户的需求吗 你了解客户需求是如何排序的吗 你有清晰而坚定的价值主张吗 客户信任你吗 第二节 说话的艺术 三点罗列法 多问让客户说“是”的问题 用“同时”取代“但是” 神奇的关键词 第三节 FABC让销售展示无懈可击 认识FABC 运用FABC的注意事项 深入领会FABC 第五天 绝对成交 第一节 理性地认识成交 第二节 正确面对客户的异议 客户为什么会有异议 理性认识、巧妙解决客户异议 客户异议的四大属性 第三节 说服客户的策略 第四节 成交的步骤和注意点 后记

<<虎口夺单>>

章节摘录

第一章 受令迎战五月的微风夹杂着青草的芬芳，沁人心脾。

乔林今天的心情非常好。

耳朵里塞着MP3，听着悠扬的音乐，享受着清新的空气，耳畔回旋着悦耳的赞美声，同事们既羡慕又嫉妒的眼神仍然历历在目……想想自己加入道天软件公司也快两年了，这两年是自己成长最快的时期，公司给自己提供了广阔的发展空间，乔林内心充满着感动……他骑着自行车穿梭在熙熙攘攘的下班人群中，犹如一辆开在幸福之路上的汽车。

乔林今天到底有什么喜事呢？

今天，公司召开季度总结会，王总全面总结了公司销售团队成员的工作表现，总体业绩不容乐观，唯有乔林独树一帜，业绩名列全公司第一，而且和去年同期相比，在竞争激烈的环境下保持了增长态势。

王总以乔林作为典型案例，一千零一遍地重复了他的三句“经典名言”：“没有不好的市场，只有不好的业务员。

“我们要以短跑的速度跑长跑。

作为二线品牌，我们就是那个在老虎口里夺食的野狼，与虎共舞的野狼。

“不要和我说‘苦、累、资源有限’一苦不苦，想想长征两万五；累不累，想想红军老前辈。

”——王总和如今这些年轻的业务员在思想观念上是有一定代沟的，他老人家深受毛主席的影响。

乔林非常开心。

这既是一种动力，也是一种压力。

下一个季度能继续保持这样的荣誉吗？

他暗暗下定决心：一定要百尺竿头，更进一步！

不知不觉，“幸福快车”到了楼下，他本来执行力就很强，加上今天激动的心情，用最快的速度、最高昂的激情冲向504房间——他和丽丽的温馨小窝：“老婆！

我回来啦。

”“哦，知道了。

”丽丽像往常一样回应了他的呼唤。

他把包一丢，猛地给了丽丽一个法式热吻。

没等丽丽反应过来，他神秘地说：“明天是周末，今晚咱们去吃大餐，唱卡拉OK吧，老公我请客。

”眼角眉梢都是喜气洋洋。

“莫非太阳从西边出来了？

”丽丽依然没有反应过来。

因为在丽丽的印象中，乔林就是一个为工作可以抛弃一切的人——工作比生活重要，客户比老婆重要。

什么周末逛街啊，情人节送花啊，简直就像“沙漠之水”一般稀罕，至于生日被遗忘也是家常便饭。

作为一个常人，接受突如其来的幸福，是需要一定承受力的，显然，丽丽没有这样的承受力——因为很少“承受”过。

“无事献殷勤——非奸即盗，你一定要说清楚，否则我不答应……”丽丽用可爱的语调凶巴巴地“逼供”。

“老婆，实话告诉你吧，今天公司发提成了，这个季度我的业绩是第一名，在季度会议上还得到了王总的点名表扬，提成拿了两万多块。

”乔林抑制不住激动的心情。

“真的？

太棒了！

恭喜你，老公。

”丽丽也被乔林的情绪感染了。

乔林是一个非常有感染力的人，他们能走到一起，与这个因素是不无关系的。

<<虎口夺单>>

乔林相信的法则是，“成功者都是能够影响别人的人，而要影响别人，首先就要能够感染别人，无论是克林顿还是本·拉登，都是非常有感染力的人”。

穿过熙熙攘攘的人群，绕过鳞次栉比的高楼，小两口来到了一家餐厅。

他们幸福地沉浸在优美的音乐旋律中，品尝着香气扑鼻的美食，甜蜜地规划着未来的甜美生活，畅想着未来的美好愿景……幸福的时刻，被手机铃声打破了……“你好，王总。”

乔林专业地接着电话。

“乔林，刚获得一个消息，苏州亚升模具公司要上一套ERP软件系统，这个客户的情况比较特殊，攻关难度比较大。

最让人头疼的是，他们正在使用的低版本财务软件是高途软件公司提供的。

而且，这个项目最多只有30天的时间，因为亚升模具外籍总经理在中国待的时间不超过30天，这次他来中国的重要任务之一，就是定夺这套软件系统……目前参与的竞争对手包括国内知名的高途软件公司和迅提软件公司，还有其他的一些以价格战为主的三流公司，这次我们公司可谓在夹缝中求生存，真正是虎口夺食的时刻……”听到这里，乔林知道了，这又是一次巨大的挑战，不过，他喜欢。

与生俱来的特点，压力越大，他越有战斗力。

因为乔林喜欢在压力下取得的成功，成功越大，成就感也就越强。

乔林的信心也就是在类似的几场硬仗中树立起来的。

在乔林的观念中，作为一名业务员，就应该热爱这份职业，接受挑战，享受挑战成功之后的喜悦……

他开始把全部心思投入到王总交代的任务中，想象着客户的状态，他甚至想象着客户的样子、性格、办公室布置、说话的方式等。

用乔林的话说，这是在找感觉，找应对这种客户的感受。

果然是工作比生活重要，客户比老婆重要。

这会儿乔林没有更多的心思陪丽丽了，丽丽也习惯了，反而不觉得意外，简单吃完后，“幸福快车”快速开回家。

因为，晚上乔林要上网查找该客户的资料。

通常这会花费乔林很多时间，他是一个很重视前期准备的业务员，经常挂在嘴边的是三个数字：424——4分准备，2分谈判，4分服务。

他开始把全部心思投入到王总交代的任务中，想象着客户的状态，他甚至想象着客户的样子、性格、办公室布置、说话的方式等。

用乔林的话说，这是在找感觉，找应对这种客户的感受。

<<虎口夺单>>

后记

和朋友们聊天时，我经常自嘲为草莽出身，但生活就这样和我开了个玩笑，我竟然鬼使神差地当上了销售培训师。

或许是由于课程实战性强的缘故，在全国培训的两年里，承蒙学员厚爱，课程挺受欢迎。

在上课的过程中，我无数次讲起自己在销售中攻城略地、虎口夺单的案例，学员们觉得很精彩。

大约是在2007年7月，一位学员在听完培训课程之后对我说：“马老师，我觉得您的这些案例对我来说很有实战性和可操作性，能否将这些案例写成书？

这样对我们的帮助会更大……”说实话，当时我并未把这个建议当回事，因为总感觉写书是那些文人骚客的特权和专利。

同年12月，我认识了一位非常优秀的好朋友邵雨。

他多年从事管理学研究，创作了多本管理类著作，我们聊得非常投机，让我受益良多。

在聊天中，他也觉得我的实战销售经验应该写成一本书，以便让更多的学员从中受益。

能得到他的认可和鼓励，让我觉得很有自信。

当然，在后续的众多培训中，学员们的呼声和建议，让我写这本书的愿望越来越强烈，深埋在心里的写作的火种就这样被点燃，我决定先试验一下。

于是，我就写了2万字左右的内容，很快被各大销售行业的专业网站转载。

学员们和读者们给了我很多建议，这对本书最后的成型起到了很大作用，谢谢他们的支持。

这一反响让我信心大增。

我认为初稿能受到这样的欢迎，不是因为我的辞藻多华丽，故事多么有悬念，而是我的文章很“实战”。

以这两个字为核心，我又挑灯夜战，把这个实战的故事写到了6万字。

在这期间，我认识了另外一个好朋友范超伟，他是中国最大的销售杂志《销售与市场》的资深编辑。

他以强烈的职业敏感度说，希望我的文章能在他们的杂志上连载。

我接受了他的建议，连载第一期就获得了很好的读者反馈，这对我来说是一件很兴奋的事情，在这个过程中，超伟兄给了我很多意见和建议，他认真负责的精神让我很感动。

至此，我决定，一定要让这本书诞生。

我是幸运的，在一个偶然的机缘中，认识了北京大学出版社的朋友，并最终让我的梦想得以实现。

在此，我要感谢北大出版社的方希老师和喻涛女士，感谢她们发现并肯定我的书稿，给我这个出版的机会。

在编辑过程中，石少欣老师精彩的文笔让我过目不忘，她字斟句酌，让本书的可读性大大提升。

在此还要感谢重要的两个朋友，一位是朱宪老师，他是一位资深管理培训师，一位是黄庆华先生，他是IT界资深人士，他们给了我很多帮助，总是在我山穷水尽的时候给我指点迷津。

文字处理并不是我的专长，这成了我写作过程中的一个难题，幸好得到了我的学生小才女和小甜甜的支持，她们都才高八斗，给我拙劣的文字做了很多次美容术，尤其让我感动的是，她们把这件事当作自己的事情来做，甚至都累趴下了。

谢谢你们，两位可爱的美女！

闭门写作是一件很枯燥的事情，尽管我享受其中的过程。

所以，我要感谢我的家人，她们给我关怀给我温暖，尤其是我可爱的女儿小凡凡，她总会在关键时刻陪我玩，尽管每次都被我“欺负”地嗷嗷哭。

她那天真的微笑很感染我，让我在愉悦中创作110年的销售生涯，让我很理解奋战在一线的销售人员的痛苦所在，我希望把这本书献给那些想在未来激烈的竞争中取胜的销售员，献给那些和我一样“草莽出身”，经常受命于危难之间，立志通过销售取得人生成功的业务员。

我知道，这本书一面世，会有很多人喜欢，也会有一些人不喜欢。

其实，喜欢和不喜欢对我来说都不重要，我最希望听到读者对我的书的评价，就像对我课程的评价一样——真实，实战，可操作性强。

这将是我最大的欣慰……

<<虎口夺单>>

<<虎口夺单>>

媒体关注与评论

中国的销售人员已经告别了千里迢迢、千言万语、千辛万苦、千难万险的简单销售时代，转而进入一个系统销售的时代，有点像《射雕英雄传》里面的郭靖，从只会一招“亢龙有悔”到了需要融会贯通“降龙十八掌”的地步。

本书以一线实战销售人员的视角，详细阐述了成功销售的方法与诀窍，既有切身感受，又有理论支撑，既是一本实战的指导书，又是一本人门的必读书。

——上海交通大学教授、博士生导师 余明阳在大客户营销中，刨除浮华的成分，还有很多沉淀可以武装我们的本土营销人，那就是“实战”——切“实”可“战”的思维，以及“实”用能“战”的方法。

——《销售与市场》杂志社社长、总编辑 李颖生对于销售人员来说，这本书里提供的思维方式和行事方式，很具实战指导性和参考价值，作者根据亲身经历创作了一个起死回生、近乎完美的销售案例，随着故事的推进，作者将带领你突破一个又一个销售难关，并教会你如何控制销售的进程。

——雨润集团总裁 祝义亮一次偶然的机会听到马老师的一堂销售培训课，他那清晰的思维、实战的套路让我印象深刻，读他的书也是一样——实战。

回顾十多年的销售经历，书中提供的方法和观点，让我甚是认同。

——爱普生（中国）有限公司经理 王金城马老师是一位非常专注的培训师，他是中华讲师网与阿里巴巴直播中心众多销售培训，师中最受欢迎、最被认可的老师之一。

——中华讲师网师资中心经理、阿里巴巴直播室主持人 蔡微

<<虎口夺单>>

编辑推荐

《虎口夺单:狼性销售的实战秘籍》》是献给中国上千万夹缝求生的销售员，只有你们才能真正明白书中的滋味！

著名销售专家、畅销书《输赢》作者付遥倾情推荐。

<<虎口夺单>>

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>