

## <<大客户攻防策略>>

### 图书基本信息

书名：<<大客户攻防策略>>

13位ISBN编号：9787509619308

10位ISBN编号：7509619300

出版时间：2012-8

出版时间：经济管理出版社

作者：丁兴良

页数：228

字数：185000

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>

## <<大客户攻防策略>>

### 内容概要

《大客户攻防策略(第2版)》共分两大部分：攻略——万事俱备，只欠“出攻”；防略——世事难料，防字当先。

其中每一部分又分为四章，攻略主要分析在向大客户营销过程中采取的主动进攻策略；防略主要分析在营销过程中怎样留住大客户、怎样防止竞争对手的进攻及防止我们自己的失误。

懂得营销策略的销售人员就像是熟知兵法的士兵，头脑中的武器比现实中的更要锋利无比。所以营销人员不仅要懂得怎样使用武器，更要熟知作战的兵法。

《大客户攻防策略(第2版)》着重战略技巧的阐述，并将技巧与人的情感特性融合，让营销更具人性化。希望本书所提供的内容、各种建议和具体措施能在具体的销售过程中帮助广大销售人员顺利地开展工作。

本书由中国工业品实战营销创始人丁兴良著。

## <<大客户攻防策略>>

### 作者简介

丁兴良，中国工业品实战营销创始人，国内大客户营销培训第一人，卡位战略营销理论的开创者，工业品营销研究院首席顾问，中欧国际工商管理学院EMBA。

曾在世界500强企业全球婴儿护肤品排名第一的Johon&Johon任销售经理；曾是国内水泵行业排名第一的凯泉泵业集团的资深销售经理、全球自动化阀门控制行业排名第一的英维思集团阀门控制事业部的副总经理。

2005年荣登“中国人力资源精英榜”，并被《财智》杂志评为“杰出培训师”；2006年被评为“中国企业十大企业培训师”；2007年被第三届中国管理大会授予“杰出管理专家奖”；2008年被选为中国市场学会常务理事；2009年荣获全球华人讲师营销类十强。

他根据自己17年的营销实战经历、13年的工业品营销经验和8年的专注工业品营销项目体验，总结出一套实用的咨询与培训体系，受到工业品营销培训学员的一致好评。

## <<大客户攻防策略>>

### 书籍目录

#### 第一部分 攻略——万事俱备，只欠“出攻”

##### 第一章 攻略一：快乐的四重奏

###### 第一节 “准”之幽——抓住客户要点信息

案例：追风捕影——你是我的客户

###### 第二节 “狠”之美——需求的全面拓展

案例：客户：“想不爱你不容易”

###### 第三节 “快”之动——网罗客户

案例：付出换来的是合作

###### 第四节 “攻心”之听——客户关系长效保持

案例：“关爱之旅”——宇通全国客户巡访纪实

##### 第二章 攻略二：同心协力

###### 第一节 “夫唱妇随”——洞悉大客户采购流程

案例：ABC本地招投标采购

###### 第二节 我的媒人——销售促成者的寻找

案例：郑州“云杉创业”与“大方机械”携手同盟

###### 第三节 爱情结晶——客户的核心突破点

案例：交互式合作营销

###### 第四节 心心相印——借力获利

案例：并购博弈——GE、海尔谁是赢家？

##### 第三章 攻略三：步步为营

###### 第一节 厚积薄发——销售经验积累

案例：教教你：滴水穿石累经验，博学多才解难题

###### 第二节 望眼欲穿——透视大客户真实需求

案例：洞悉客户诉求——华为有所为有所不为

###### 第三节 传道解惑——整体战略分析

案例：一份价值万元的解决方案

###### 第四节 片甲不留——扫除销售障碍

案例：中石化化工销售公司玩转ERP——势在必得

##### 第四章 攻略四：沟通无极限

###### 第一节 有效谈判的方圆规矩

案例：波音对抗空客，高层对话订单花落谁家？

###### 第二节 巧舌如簧——谈判技巧

案例：电波营销战——谁与争锋

###### 第三节 语出惊人——谈判能力

案例：措辞不当——卖主也会逃跑

###### 第四节 巅峰时刻——谈判攻防

案例：谈判权术战——彰显谈判风采

###### 第五节 覆水难收——谈判忌讳

案例：谈判大忌——逞口舌之快

#### 第二部分 防略——世事难料，防字当先

##### 第五章 防略一：盛开吧，带刺的玫瑰

###### 第一节 枝繁——构筑防御基础

案例：IBM不变的服务情怀

## <<大客户攻防策略>>

### 第二节 叶茂——扩展竞争优势

案例：新思维营销模式——成就优势霸主

### 第三节 护花——防止商业秘密外泄

案例：令人发指的商业秘密侵权案

### 第四节 刺痛——与众不同

案例：竞争优势供应链——四两拨起千斤

## 第六章 防略二：“围城”只进不出

### 第一节 动情——和“叛离”说“不”

案例：特别的爱献给特别的你

### 第二节 欲擒故纵——先胜对手

案例：英勇过后是送命——对手就是天外的天

### 第三节 化妆——和“过失”说“再见”

案例：创新前行，品质致远，

### 第四节 险象环生——多维自救，

案例：营销变术战——名人效应真疯狂

## 第七章 防略三：拆掉心灵的城墙

### 第一节 拆墙绝技——营销十六字诀

案例：博科资讯物流供应链破解医药难题

### 第二节 演绎不同人生——与客户换角色

案例：非凡销售开场，让你先入为主

### 第三节 献上独特的爱——差异化对待大客户

案例：突破客户心理诉求——和尚也会买梳子

### 第四节 天堂里的上帝——做好大客户的顾问

案例：变脸高手的半棵高丽菜

## 第八章 防略四：潜修桃花源

### 第一节 能屈能伸——学会放弃

案例：放弃，让自己口服心也服

### 第二节 与世无争——道不同不为谋

案例：微软放弃收购雅虎，是战略，还是阴谋？

### 第三节 修身养性——完善自我

案例：与世界同步，华为营销缔造专业完美

### 第四节 追随“陶潜”——做到最好

案例：海尔差异化方案博得“鸟巢”芳心

附录

## <<大客户攻防策略>>

### 编辑推荐

中国工业品营销实战丛书，如何把握不断变化的市场格局，大客户攻防策略将带给企业心灵上的启示，企业大客户营销实战的必备手册。

<<大客户攻防策略>>

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>