

<<技术演示策略>>

图书基本信息

书名：<<技术演示策略>>

13位ISBN编号：9787509619506

10位ISBN编号：7509619505

出版时间：2012-8

出版时间：经济管理出版社

作者：丁兴良，张志 著

页数：193

字数：201000

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>

## <<技术演示策略>>

### 内容概要

丁兴良、张志编著的《技术演示策略》着重介绍管理软件的演示技巧，非常专业、细微。专业中体现深度、细微中体现实用，尤其体现在把管理软件演示的介绍与销售流程的进程进行了完美的结合。

这本书是为专业的人写的专业的书，非常实用。

本书全面、深入地介绍了演示、卓越演示的六大关键步骤和技巧以及常用的演示工具等，其中最大的特点是用通俗、生动的语言进行概括，读来妙趣横生，即使一个没有任何演示经验的人也可以通过阅读本书轻松学会演示；对于有经验的演示者，本书也可以帮助其进一步提高演示技巧，取得更大的成功。

本书着重介绍管理软件的演示技巧，非常专业、细微。

专业中体现深度、细微中体现实用，尤其体现在把管理软件演示的介绍与销售流程的进程进行了完美的结合。

## <<技术演示策略>>

### 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。

现任大学讲师，曾就职于武汉开目信息技术有限公司，是国内制造业信息化实战专家和资深顾问，专长CAD / CAPP / PDM技术信息化领域，对制造业运作管理有深刻的体验，积累了多年的实践经验，为上百家大中型制造业企业提供过信息化咨询服务。

张志先生结合自己的销售和实际工作经验，深入研究了国内外优秀的信息化系统和案例，对中国信息化事业有着全面而深刻的反思，对信息化实施方法理论研究有颇多独特而深刻的见解。

作为资深信息化顾问，张志先生在网络上以“秋叶”为笔名，在E—WORKS网站、支点网上为网友免费提供咨询，其博客“秋叶漫谈”也成为信息化领域知名博客之一。

张志先生开发了适合中国企业现状的《第三只看信息化》、《项目经理实用技能》、《PDM通讲》等培训课程，获得广大企业朋友的欢迎和好评。

## <<技术演示策略>>

### 书籍目录

- 1 前言
- 2 什么是演示
  - 2.1 说服的艺术
  - 2.2 要么成功，要么失败
  - 2.3 一把钥匙开一把锁
  - 2.4 一次不能把牌出完
  - 2.5 不卖牛排，卖牛排的滋滋声
  - 2.6 平静的海面下有洋流
  - 2.7 交流才有火花
- 3 卓越演示的六大关键
  - 3.1 以营销目标为导向的整体策划
    - 3.1.1 演示也要有成本意识
    - 3.1.2 你以为这都是我一个人干的吗
    - 3.1.3 出牌的时机更重要
    - 3.1.4 早起的鸟儿没虫吃
    - 3.1.5 永远要比对手多走一步
    - 3.1.6 以终为始——演示后的营销跟进策略
  - 3.2 把准客户定位基点
    - 3.2.1 起步领先一小步，结果领先一大步
    - 3.2.2 大象也有盲点
    - 3.2.3 找准听众的共鸣点
    - 3.2.4 给我一个支点
    - 3.2.5 给竞争对手重新定位
    - 3.2.6 不要思考题，要做选择题
    - 3.2.7 别让炫耀成为自恋
  - 3.3 制造兴奋点
    - 3.3.1 打动别人得先打动自己
    - 3.3.2 让听众喊出“哇！”
    - 3.3.3 打蛇打在七寸上
    - 3.3.4 关注听众的最大利益和损失
    - 3.3.5 营造你的卖点群
    - 3.3.6 激情产生共鸣
  - 3.4 好马配好鞍
    - 3.4.1 出奇制胜
    - 3.4.2 讲个好故事
    - 3.4.3 打个好比方
    - 3.4.4 把大事讲细，把小事讲大
    - 3.4.5 系列化=专业化
    - 3.4.6 情景模拟
  - 3.5 以听众为中心
    - 3.5.1 用观点说话
    - 3.5.2 互动式交流
    - 3.5.3 讲听众熟悉的话
    - 3.5.4 一个都不能少

## <<技术演示策略>>

- 3.5.5 良药也得不苦口
- 3.5.6 善于倾听
- 3.6 解决问题而非堆砌信息
  - 3.6.1 站在听众角度去思考
  - 3.6.2 满足听众的最大利益比展示自己的能力更重要
  - 3.6.3 细节并非越多越好
  - 3.6.4 挖一口深井胜过到处挖井
  - 3.6.5 你是一颗飞行的子弹
- 4 成功演示的七步法
  - 4.1 步骤一：确定你的目标
  - 4.2 步骤二：分析听众
    - 4.2.1 找准核心听众
    - 4.2.2 分析听众对项目的立场
    - 4.2.3 判断业务需求关注点
    - 4.2.4 分析听众个人特点
    - 4.2.5 工具——听众需求分析表
  - 4.3 步骤三：演示方案策划
    - 4.3.1 演示人员
    - 4.3.2 演示时机
    - 4.3.3 演示定位
    - 4.3.4 演示内容
    - 4.3.5 演示方式
    - 4.3.6 意外情况预案
    - 4.3.7 内部“钉子”设置
    - 4.3.8 演示后总结
  - 4.4 步骤四：寻求合适的材料
  - 4.5 步骤五：组织演示材料
    - 4.5.1 标准模块
    - 4.5.2 编年史
    - 4.5.3 层层推进
    - 4.5.4 问题—解决方案
    - 4.5.5 特征—利益式
    - 4.5.6 案例分析式
    - 4.5.7 比较对照式
    - 4.5.8 业务模拟式
  - 4.6 步骤六：练习和评估演示
  - 4.7 步骤七：设计精彩的开场白和有利的结束语
  - 4.8 工具——演示方案策划表
- 5 演示的基本技巧
  - 5.1 语言和形体表达
    - 5.1.1 口头表达要求
    - 5.1.2 口语化技巧
    - 5.1.3 口头表达技巧
    - 5.1.4 形体技巧——做最自信的自己
  - 5.2 成功演讲的15条秘诀
- 6 演示中的沟通技巧
  - 6.1 建立双向交流

## <<技术演示策略>>

- 6.2 以假设为导向进行交流
- 6.3 乱拳打死老师傅
- 6.4 充分利用信息不对称
- 6.5 寻求企业利益和政治利益的平衡
- 6.6 要重视交流的层次性
- 6.7 为对手设限
- 6.8 “设计”正式交流
- 6.9 如何回答问题
- 6.10 怎样处理听众的质问
- 7 技术展示的常用工具
  - 7.1 选择你的辅助工具
  - 7.2 制作幻灯片
    - 7.2.1 幻灯片的作用
    - 7.2.2 幻灯片制作的原则
    - 7.2.3 检查幻灯片
    - 7.2.4 幻灯片播放技巧
  - 7.3 文字图表设计方法
    - 7.3.1 文字设计
    - 7.3.2 图表设计
- 8 演示中细节的力量
  - 8.1 演示组织
  - 8.2 演示形象准备
  - 8.3 演示环境检查
  - 8.4 演示设备检查
  - 8.5 最后一分钟准备
  - 8.6 演讲时的临场应变
- 9 每个人都可以成功演示
  - 9.1 恐惧皆衍生于无知与不确定
  - 9.2 勇气的力量有时会让你成为“超人”
  - 9.3 积极地进行自我暗示激励
  - 9.4 优秀演示人员的素质
    - 9.4.1 优秀演示者的特点
    - 9.4.2 演示者的进化之路
    - 9.4.3 素质修炼
- 10 知名管理软件的演示方论
- 11 结束语
- 附录 工具篇

## &lt;&lt;技术演示策略&gt;&gt;

## 章节摘录

感觉听众厌烦或注意力不集中怎么办 很多时候即使你做了精心准备，到了实际上阵却发现好像感兴趣的听众并不多，这个时候演示者往往比较受打击，比较紧张。

一旦发现客户对内容不感兴趣，演讲者要紧急判断是自己准备的内容对客户的针对性不够，还是因为演讲时间安排在一个比较容易疲惫的时间段，如果是前者，演讲者要立即改变演讲的话题，逐步将内容往客户感兴趣的方向上引；如果是后者，演讲者就要发挥语言技巧，增加互动，提供一些幽默的话题调动大家的兴趣。

演讲者整个演讲过程要有激情，演示者发现听众参与程度不够的时候，首先要把自己精神状态调整过来，不要受其影响。

很多时候客户并没有记住太多内容，但记住了那个演讲状态很不错的人和那个人所代表的公司。

演示者有了精神状态就有激情，有了激情就会感染别人，演讲的具体内容或许会被忘记，然而你的态度、活力和激情将深深地印在听众的脑海中。

此外，要注意控制演示的时间。

成年人集中注意力的时间限度约为30分钟。

在这段时间内，他们只能吸收演讲内容中的1/3，最多7个概念。

我们要主动配合这个周期来安排演示所要介绍的重点陈述内容顺序。

听众要求我们承诺甚至演示特定功能怎么办 拒绝或是承诺，这确实是个问题。

很多听众有一些个性化的想法，在演示交流的时候会要求我们承诺甚至演示特定功能并询问供应商能否实现，回答这种问题确实比较头疼。

在对需求没有详细了解的情况下轻易承诺能做是有很大大风险的，而且很可能超过公司允许的技术授权边界，但有些项目如果让听众感觉到你这也不能做，那也不能做，而竞争对手却承诺可以实现的时候，听众可能认为我们能力不够。

.....

## <<技术演示策略>>

### 媒体关注与评论

“台上3分钟，台下10年功”。

一场精彩的演示就像一幕引人入胜的戏剧。

作者通过自身多年的实战经验，绘声绘色地为我们展示了管理软件的演示技巧，这些技巧的背后不乏真知灼见，同样适用于其他的复杂项目。

——神州数码管理系统有限公司华中区总经理 樊政 书写得不错，尤其是各级标题都很“拉风”。

这是一本不可多得的好书，源于实践又高于实践，很有针对性和实战性！

武汉开目信息技术有限责任公司副总经理、营销总监陈万领 顾问也许有两种，一种是满口名词、动辄方法，一种是真正以客户为中心、以解决问题为导向。

AMT咨询更愿意做后面这种顾问，好在与作者找到了共鸣，因此，AMT咨询愿意向“管理+信息化”领域的AMT老朋友推荐这本书。

——AMT创始人之一、AMT咨询合伙人、2006年“中国卓越管理专家”称号获得者 王玉荣 本书系统地讲解了管理软件演示的实战技巧，对解决方案类营销工作的从业者具有很强的指导意义。

——制造业信息化e-works网站总经理 黄培 关于管理软件的设计、演示、实施等方面的书籍、文章，现在国内都很少。

这本书具有丰富的实战经验，通过总结、归纳，形成了一个完整的体系，所以这本书非常值得我们去学习、借鉴。

——任我行软件发展有限公司副总裁 徐峰



编辑推荐

《中国工业品营销实战丛书：技术演示策略（第2版）》让你也可以成为顶尖演示高手！

#### 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>