

# 《敏捷销售》

## 图书基本信息

# 《敏捷销售》

## 内容概要

世界在过去十年经历的变化令人咋舌。互联网已成为生活和商业的中心，连接到互联网的移动设备日益强大、无处不在，让我们以前所未有的便捷接入互联网内容，并极大地改变了顾客的购买行为和购买时间。公司的产品服务市场也真正实现全球化，新兴市场不仅成为增长的集中地，也成为影响发达市场的创新源泉，占据了世界舞台的中心。

这些重大的发展趋势打乱了大部分公司的增长计划。一些组织沉溺现状，难以跟上所服务市场的变化脚步。然而，有一些公司却在供应商、竞争者、服务提供商、经销商和客户组成的复杂网络中游刃有余，驾驭了影响公司终极增长的因素。这样的公司大多有一个共同特点：使用“敏捷销售”销售模式，即通过更加宽泛的、可以提高公司影响力和增长速度的中介组织、渠道伙伴，甚至包括客户，实施销售。

本书与充斥书架的大部分有关销售理论和方法的书籍有所不同。埃森哲与世界各地公司合作，极大地改变了它们的销售模式，在此过程中获得的共同经验成为这本书的基础。书中探讨了消费品、医药、保险和高科技产业公司如何证明了敏捷销售模式的有效性，以及在复杂性、全球性和不稳定性都日益增加的行业，公司可以从这些敏捷销售的先锋身上学到什么。

读者将在书中看到，要在迅速变化的世界里达到增长目标，公司和销售领导者会遇到哪些挑战，以及为什么公司需要改变销售方法，需要更好地利用销售部门未曾使用或“控制”的销售资源。书中也详细讨论了“敏捷销售”新方法的核心元素，指出现有销售策略必须如何改变，才能支持销售模式的转变。

# 《敏捷销售》

## 作者简介

## 书籍目录

- 前言 1
- 第一部分 销售及分销的影响力日益增加
  - 第 1 章 销售转型的时机 3
  - 第 2 章 第 2 章 解决方案——敏捷销售 1 6
  - 第 3 章 敏捷销售及分销生态系统 3 0
  - 第 4 章 更新时间到 3 8
  - 第 5 章 寻找渠道销售创新 4 9
- 第二部分 新的敏捷销售模式及策略
  - 第 6 章 目标客户定位与销售线索开发的高级策略 7 1
  - 第 7 章 再次关注重差异化客户购买体验 8 1
  - 第 8 章 多渠道世界的价格策略 9 4
  - 第 9 章 让销售更科学 1 1 1
  - 第 1 0 章 驱动绩效的激励 1 2 9
- 第三部分 建立更优网络——走向成功与效率
  - 第 1 1 章 联合项目 1 4 5
  - 第 1 2 章 对老问题的新思考 1 5 5
  - 第 1 3 章 利用社交媒体交互买家，赋能卖家，重建销售流程 1 6 6
  - 第 1 4 章 区域 V S 世界 1 8 5
- 第四部分 “试点”阶段过后
  - 第 1 5 章 首席信息官的销售议题 2 0 1
  - 第 1 6 章 平板电脑、智能手机和应用 2 1 0
  - 第 1 7 章 工具和 I T 基础设施的新规则 2 2 2
- 第五部分 赋能员工，取得销售成功
  - 第 1 8 章 创建高绩效的销售队伍 2 3 9

1、本书初读感觉自己的思路模糊，可能因为销售重操作性的缘故。之后慢慢品味，又有了新的认识。你可以把它看成现代公司的行动指南，也可以把它看成是一个系统设计计划书，因为互联网时代的重点就是功能的整合、统一。互联网的出现，不仅仅改变的是产业格局，不同岗位的工作方式也有颠覆性的变化。产业之间变得互相融合，机遇无处不在；而格局变化随之出现的新技术、新方法，要求我们必须顺应事物发展的规律，与时俱进，让思维方式不落伍，才能屹立于这个剧变的时代。书的题目道出了互联网时代做的事情最需要关注的问题，敏捷。而敏捷不仅仅是速度的提升，而是销售销售和中台运营以及后台的管理一整套完整生态系统的搭建，是对过去公司结构和所培养的产业链的革新，即动态的生态系统，持久的经商之道。消费者的期望变高、购物体验的变化、产品同质化导致的忠诚度下降，而我们的企业依然在按照自有渠道、特许经销合作伙伴、独立渠道，和固有的销售策略，已经严重抑制了公司应对时代的变化。公司复杂流程的简单化，提高销售模式灵活性和对机遇的响应速度，整合销售队伍（线上和线下销售），改变过去松散合作结构加固合作关系，构建区域市场覆盖，认识到客户体验的重要性，公司不同部门间策略的有机统一化等一系列的职能、架构的优化，方能立于互联网的时代。在销售策略上，我们要以客户的价值主张为导向，依靠到地域、客户、服务等不同变量，减少多样性目标，注重社交网络交互性的重要性，打造端到端的客户体验。在渠道创新上，由于渠道选择问题，注重分析技术的应用（通过互联网产生的大数据来精确定位客户）；人才的培养；注重线上渠道的开发（酒仙网、京东等）；口碑的养成；不同渠道的整合。虽然书中列举了诸多方法，但互联网发展最大的特点就是不确定性，所以这些方法显得并不够具体，只能作为一种思维方式告诫读者，我们所处的时代变了，我们必须做出改变，而改变必须是彻底，更需要根据自己公司的情况因地制宜的。

# 《敏捷销售》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)