

《销售巨人》

图书基本信息

书名：《销售巨人》

13位ISBN编号：9787515814934

出版时间：2015-11-20

作者：尼尔·雷克汉姆

页数：390

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《销售巨人》

内容概要

全球销售研究领域泰斗代表作

大订单销售权威教材，全球销量超100万册

35000个销售实例跟踪研究

超过一半的全球500强企业用SPIN来培训他们的销售队伍

作者历时12年，耗资100万美元，足迹遍及23个国家，迄今为止全球销售技能训练领域中**的研究成果

SPIN彻底改变了三个与销售有关的领域：

销售工作本身。SPIN销售技巧和模式基本上不受产品限制，只要是目标客户采购决策时间较长、参与决策人数较多、决策时销售人员不在现场以及客户采购风险比较大的产品销售，都适用SPIN。

销售管理。SPIN认为，对销售人员有效的管理不是统计他们拜访客户的数字，而是在销售拜访之前反复策划销售过程，不断练习各种准备好的销售问题，由此推动销售过程。

销售培训行业。SPIN向传统的“专业销售技能”培训发起了挑战，已经得到了世界500强企业的认可和推崇。

《销售巨人》

作者简介

尼尔·雷克汉姆（Neil Rackham）

全球权威销售咨询、培训和研究机构——哈斯韦特公司的创始人兼首任总裁。他被称为“研究提高销售效率和成功率先驱者”，并成功地将研究和分析的方法引入销售队伍管理的视野，是人们公认的成功销售先锋，受到全球广泛的赞誉。由于成功开发了SPIN销售模式，奠定了其在全球销售研究领域的泰斗地位，本书就是其最具代表性的成果。

书籍目录

尼尔雷克汉姆序

前言一

前言二

上篇理论篇

第一章销售行为和成功销售

传统销售模式

大订单销售和小订单销售的比较

销售四步

第二章晋级承诺和收场白技巧

收场白及现有研究成果

收场白的威力

收场白的基础研究

收场白的初评比较研究

收场白与客户的精明程序

收场白与售后服务的满意程度

收场白技巧的研究结论

销售拜访目标的分解

获得晋级承诺的四个方法

第三章大订单中的客户需求调查

大订单与小订单的不同客户需求

怎样挖掘客户需求

隐含需求和明确需求

大订单销售的成功信号

第四章SPIN提问模式

背景问题

难点问题

暗示问题

需求—效益问题

暗示问题与需求—效益问题的区别

回到开放问题和封闭型问题

SPIN提问顺序

SPIN提问顺序的运用

第五章大订单销售中的能力证实

特征和利益：能力证实的最基本方法

特征、优点和利益之间的相互影响

能力证实在新产品销售中的应用

有效地证实能力

附录

第六章能力证实中的异议防范

特征陈述和价格异议

优点陈述和价值异议

利益陈述和客户承诺

第七章初步接触

第一印象

传统的开场白

销售会谈的开启技巧

第八章理论转化为实践

技能提升的四个黄金法则

销售会谈的总结

SPIN的学习策略

结语

附录ASPIN有效性的评估

有效性评估的基础

SPIN效果的评估设计

SPIN在摩托罗拉（加拿大）公司的有效性研究

SPIN有效性的全新评估测试

最后的想法和评估

附录B运用的态度倾向

计算你的成绩

成绩意味着什么

下篇实践篇

第九章实践手册的使用说明

SPIN实践手册的两大任务

SPIN实践手册的两大目标

SPIN实践手册的四点学习建议

第十章重温SPIN模式

SPIN模式的起源

SPIN的基本发现

提问自测

背景问题

难点问题

暗示问题

需求—效益问题

关于SPIN模式的最后几点说明

第十一章自我测试

自测一

自测二

自测三

自测四

自测五

第十二章销售会谈的四个阶段

概述

销售会谈中最重要的阶段

SPIN初步接触和会谈开启

SPIN的需求调查

SPIN的能力证实

SPIN的晋级承诺

谋划进展晋级

会谈结果的自测

第十三章SPIN发挥效力的基石

关于SPIN的好消息和坏消息

SPIN第一课——策划

第十四章注重买方的需求

概述

自测——注重买方的需求

如何挖掘客户需求

价值等式

价值等式和大订单销售

改变价值等式促成销售

难点问题的提问练习

超越买方的基本需求

第十五章背景问题

概述

自测——背景问题

高效使用背景问题的两大基本原则

选择合适的背景问题

规划背景问题的时机

超越基本的背景问题

总结检查——背景问题

第十六章难点问题

概述

自测——难点问题

高效使用难点问题

难点问题与买方兴趣

难点问题的提问时机

自测——难点问题和风险

高风险难点问题的练习

难点问题的策划

与客户实践难点问题提问

超越基本的难点问题

难点问题——总结检查

第十七章暗示问题

概述

自测——暗示问题

高效应用暗示问题

暗示问题的好坏标准

暗示问题的应用

策划暗示问题的四个步骤

策划有效暗示问题的方法

暗示问题的提问时机

暗示问题练习

超越基本的暗示问题

暗示问题——总结检查

第十八章需求—效益问题

概述

自测——需求—效益问题

高效使用需求—效益问题

需求—效益问题的价值

需求—效益问题和大订单销售

策划需求—效益问题

需求—效益问题的提问时机

策划需求—效益问题

需求—效益问题的自我练习

超越基本的需求—效益问题

需求—效益问题——总结检查

第十九章能力证实

概述

能力证实的自测

特征、优点和利益陈述

异议防范与异议处理

处理价值异议

使价值等式向买方决策方面倾斜

超越基本的能力证实

新产品或服务上市的能力证实

能力证实——总结检查

第二十章SPIN技能锐化

SPIN技能提升的三大基石

站在买方的立场上

致力于策划

定期检查

第二十一章己欲施人

《销售巨人》

精彩短评

1、刚开始接触解决方案的销售工作，买本经典学习一下

《销售巨人》

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