

# 《銷售的新五項修練》

## 图书基本信息

书名：《銷售的新五項修練》

13位ISBN编号：9789861207063

10位ISBN编号：9861207066

出版社：商周文化

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

## 前言

推薦序 「改變」已屬不易，要「領導改變」更需要勇氣與方法 劉天仁 中信房屋副總經理

在傳統產業服務轉眼就是數十年，其間因為服務公司業務的擴大與發展，參與主導的趨勢新事業並不在少數，科技、通訊業的發展歷程也可謂是參與者之一，因此對於「改變」這個議題確實心得頗豐，但是在第一眼看到Mr. Clay這本書時，除了驚艷外更有幾分欣喜。驚艷的是，坊間談改變的書不在少數，不論國內外，針對趨勢、管理、觀念或行動力尤甚，然針對銷售業務管理者或銷售人員的銷售價值與策略、觀念改變，則不多見；再仔細拜讀Mr. Clay提出的107個提高以及給予顧客高價值的秘密後，作者直接明瞭的道出問題關鍵點以及簡易的評估工具，相信讀者必定有所收穫，因此讓我為國內可見的銷售服務價值提升感到欣喜。近三十年來，資訊科技的運用方式及範圍的變化來的又快又廣，還記得剛進入職場工作時，還是雙手萬能時代，後來在大型企業才有購置罕見的電腦及作業系統，電腦從0與1比對的讀卡方式，到DOS系統開啟了公司及個人資料編寫、儲存、讀取的新頁，接續是微軟的圖像化系統界面與作業系統擴展到全球，Internet的技術更是另一個電腦、通訊科技結合運用的境界，Web發展至今，智慧型手機的熱銷，雲端技術再再的被擴大運用，大家的生活習慣被快速改變，科技與通訊結合的瞬息萬變更完全牽動大家的生活步調及方式。以個人已入耳順之年以及資深的傳統產業服務資歷，Email、簡訊、智慧手機上的APP功能使用，已是每日生活不可或缺的動作，改變雖是一點點累積，但對你我而言，生活中每跨出一步的改變，卻也是某個或某幾個產品銷售策略單一或共同促成的瞬間轉變。因此銷售業務的爭競不再只取決於本職學能或積極度，而是可以掌握多少眼前及未來變化，運用在客戶需求的滿足、引導及提升，為自己的產品或服務銷售競爭格局拉出一線長紅或微幅的領先。再者，正如作者所言，介於產品與客戶需求的中間人角色之銷售業務，如何「改變」進而「領導」改變，創造本身的銷售服務價值，正是本書的目的。以房屋仲介為例，在西元2000年以前，各大品牌的官網還只是「被動式」的「形象」宣傳，更別提小型或自營品牌，但一跨過千禧年後，隨著B2B及B2C的趨勢已定，類B2C的房仲網站陸續出現，各大品牌的官網開始提供線上物件搜尋，包括中信房屋的幾個大型品牌更成立物件交流平台，企圖以待售物件的線上資訊在Web環境爭取或維繫更多客戶。這個競爭局勢延燒至今，平均從網站而來店的客戶已逾五成，對成交的貢獻更有逾三成的穩定數量，而網站上所揭露的物件資訊，以中信房屋為例，除了基本資料、照片、傳統影音、格局圖外，已再擴增了線上預約看屋、地圖、720度環場、Google Street View...等功能，而智慧手機的APP服務也不再只是iPhone、iPad...等APPLE(蘋果)系列，使用Android系統的HTC、GOOGL、三星手機、及三星的小型平板電腦...等；相信短期內，所有行動裝置上都應該可以看到房屋仲介的物件服務。這些都是在了解顧客的目標、環境、行為而形成的策略改變，也是作者在導言中所提到的「銷售能力成熟度模式」中的「第四層次」。在數十年的管理生涯，看到的、聽到的、親身體驗的，都知道企業、組織的任何「改變」要付出多大的代價與時間、人力，所以每個組織在策略改變前一定經過仔細的評估，但往往也是「阻止改變」的主因，所以在本書中的「第三項修練 - 力量分析」，即「秘密55~64」的內容給予大家較客觀的評估、判斷建議，但作者提早在「秘密22」當中，以梭羅的『事物沒有改變，變的是我們』為力量分析預先界訂了核心價值。因此，當「領導改變」的關鍵回歸到「人」的身上時，作者再以「秘密34~39」的雞、變色龍、雁、水獺、騾子、烏龜五種動物，將人對改變的接受度進行分類，方便讀者檢視自己的團隊成員屬性，是否會是領導改變的最好團隊。在確定改變策略的後，「第四項修練 - 價值創造」及「第五項修練 - 激勵改變」，將是成事的關鍵，以多年的工作經驗，各企業、組織多半輕忽這兩項的重要性及影響力。在「秘密104」當中，作者引述了海明威的「千萬不要將移動誤以為行動」這句話，讓我感受頗深，因為這種錯覺的確造成很多改變緩慢，領導者變追隨者、錯失TIMING的遺憾，但是我個人以作者最後一個秘密「操之在你」與各位一同勉勵！

# 《銷售的新五項修練》

## 內容概要

在全球化與網際網路商業的時代，銷售人員將變成可有可無的人。在演化的環境下，銷售解決方案的傳統方式，已經不再能夠創造可以獲利的差異性。銷售人員想要生存下去，必須成為改變的中間人，並且協助顧客達成他們的目標，而不只是解決他們的問題。這種以改變為中心的新方式，是銷售這行業未來的演進，將可以使你發展出更深入也更有利潤的顧客關係，對於環境的改變也更能靈活適應。布萊特·克雷有二十年的經驗，最近則是在微軟公司工作。克雷發展出一套完整的工具，提供給以改變為中心的銷售人員，其中包括提高銷售以及給予顧客高價值的107個秘

# 《銷售的新五項修練》

## 作者簡介

布萊特·克雷 是「改變領導團體」(Change Leadership Group, LLC)的執行長，「改變領導團體」為管理顧問與訓練的公司，專門改善銷售組織與他們客戶的業績表現。布萊特·克雷身兼作家、國際演說家、銷售訓練師、與顧問，有二十年的國際銷售與行銷管理經驗。曾經在許多家高科技公司擔任銷售、業務發展、與行銷的副總裁，最近一次是在微軟公司。布萊特的產業經驗非常廣泛，從企業軟體、電腦、以及電腦中的晶片都歷練過。著有《強行行銷—如何駕馭改變的力量達成爆炸性的成長》(Forceful Selling, How You Can Achieve Explosive Growth by Harnessing the Forces of Change)，這本書研究改變的心理，以及驅使改變的力量。布萊特是聖塔克拉拉大學(Santa Clara University)的企管碩士，以及科羅拉多州立大學電機工程學士，擁有專案管理的專業證照。李振昌 政大歷史系畢業，美國肯塔基州默海德州立大學(Morehead State University)大眾傳播學碩士。曾任中國生產力中心叢書主編、經理，讀者文摘叢書主編，現專事翻譯工作。譯有《錢與閒》、《新天方夜譚》、《新君王論》、《活用數字作分析》、《巴菲特開講》 Brett Clay

# 《銷售的新五項修練》

## 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)