

<<拿下大单>>

图书基本信息

书名：<<拿下大单>>

13位ISBN编号：9787121065378

10位ISBN编号：7121065371

出版时间：2009-4

出版时间：电子工业出版社

作者：影响力中央研究院教材专家组

页数：180

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>

<<拿下大单>>

前言

对于企业而言，大单来源于大客户，因为企业 80% 的利润来源于 20% 的大客户，这些大客户是企业经营发展的推动力。

做好大客户销售，拿下大单，成为销售团队中的灵魂人物，是每一位强烈渴望成功的销售人员的终极目标。

但是，销售人员想要顺利拿下大单，只有上进心，仅靠自己盲目投入大量时间、精力还远远不够，销售人员还必须掌握各方面的知识、技巧。

第一步，销售人员必须熟知大客户销售的本质：（1）大客户销售是以发现并满足大客户需求为前提的。

（2）成功的大客户销售应追求企业与大客户的双赢。

（3）塑造企业自身的竞争优势，以获得大客户的青睐。

（4）大客户销售是长期行为。

必须立足于长远，予以高度关注。

第二步，销售人员必须掌握大客户销售的时机、技巧。

本书将大客户销售的过程分为 5 个阶段，即锁定大客户、剖析大客户、拿下大客户、签约大客户和持续耕耘大客户，这些内容将帮助销售人员分析销售工作每一阶段应该完成哪些工作，用何种技巧、方法能将其做到最好。

如果找不到大客户，何谈拿下大单呢？

这正是令许多销售人员苦恼不已的问题，他们不知道如何找到有价值的大客户。

在第 1 章中，我们介绍了如何寻找潜在大客户、如何从潜在大客户里筛选出有价值的大客户以及如何利用展会等形式掌控大客户。

大客户销售就像一场销售人员与大客户及竞争对手的博弈，拿下大单是销售人员博弈胜利的结果，胜利的关键在于销售人员能比竞争对手更好地满足大客户的需求。

在第 2 章中，我们从收集资料了解大客户入手，解析大客户采购流程、挖掘大客户需求、分析竞争对手，帮助销售人员真正做到“知己知彼，百战不殆”。

做足了准备工作，进入大客户销售过程中最艰难的阶段——拿下大客户。

在这个阶段，许多销售人员因为没有掌握开发大客户的正确方法而失去了宝贵的销售机会。

在第 3 章中，我们由浅入深、循序渐进地介绍了一些经过实践检验的与大客户沟通的方法以及跟进大客户的技巧、公关策略、中标策略和谈判策略等内容。

面对天上突然掉下的“大馅饼”（谈判成功，即将签约的大单），许多销售人员被成功蒙蔽了双眼，忽略了合同中可能存在的陷阱，这很可能导致销售人员辛苦拿下的大单不仅不能给企业带来巨额利润，还可能使企业蒙受重大经济损失。

针对这一问题，本书在第 4 章中手把手教会销售人员暗中调查大客户信用状况的方法、对合同进行审核以及控制企业的赊销风险的技巧。

稳定的、能持续不断为企业带来高额利润的长期大客户，是销售人员的一笔取之不尽的财富，销售人员应该充分重视此类大客户的价值。

第 5 章中，我们介绍了销售人员掌握大客户满意度的方法、对大客户表示关怀的技巧以及成功挽留大客户的策略，用这些实用的方法来帮助销售人员维持良好客户关系，实现重复销售。

通过阅读本书，销售人员可以：（1）熟知大客户销售的本质；（2）全面了解大客户销售的过程；（3）掌握不同阶段具体的工作方法；（4）找到问题所在和解决问题的方法；

（5）全面提升销售人员成功拿下大单的技能。

<<拿下大单>>

内容概要

从锁定大客户、剖析大客户、拿下大客户、签约大客户、持续耕耘大客户5个方面详细介绍了与大客户成交的策略和技巧。

《拿下大单：成交大客户的5大攻略》内容注重实战；论述深入浅出，通俗易懂；工具多，方法多，案例多；不仅可以作为销售人员提升销售能力的指导工具，而且也可以作为企业内部培训销售人员的教材，同时也是大、中专毕业生进行职业化训练与学习的辅导用书。

作者简介

影响力教育训练集团 中国培训行业的领军企业 影响力教育训练集团是中国培训咨询行业的先行者，见证了中国培训咨询行业发展的全过程，并以自己卓越的成就成为该行业的领军企业。

集团创始人易发久先生1996年携手多位业内知名人士初创影响力品牌，1999年正式注册公司。以“教育产业报国”为使命、“为中国企业普及必修课程”为己任，旨在为中国企业打造“十万CEO、百万经理人”。

十年磨一剑 在影响力集团进入第10个年头的今天，已拥有培训事业部、拓展事业部、科技事业部和文化事业部四大独立运营体系。

自2005年起，已经在上海、北京、天津、青岛、济南、苏州、南京、无锡、宁波、杭州、义乌、温州、成都、厦门、重庆、两安、福州、人连、沈阳、广东、深圳、香港等发达省市及地区开设了20余家分公司，加盟商、代理商有250多家。

一流名师团 影响力集团拥有阵容庞大的一流名师团，连续6年学员平均满意率达97%以上。已为150多家世界500强在华企业提供培训咨询服务。

会员企业超过10万家，累计学员逾200万人次，影响力集团将继续为中国经济提速而不懈努力！

<<拿下大单>>

书籍目录

第1章 锁定大客户 11.1 寻找潜在大客户 2工具 销售人员综合素质自查表 7案例讨论 CBD写字楼的大客户定位 81.2 筛选潜在大客户 10工具 客户吸引力计算表和竞争优势计算表 16案例讨论 选择最适合自己的大客户以保持赢利 171.3 掌控客户群 18工具 接近大客户的活动设计流程图 30案例讨论 2004年罗森照明公司展览的展会策略 31本章小结 33第2章 剖析大客户 342.1 了解大客户 35工具 大客户的类型及联系方式表 案例讨论 如何使方案符合需求 402.2 解析大客户采购 41工具 大客户采购调查流程图 48案例讨论 重视大客户内部的影响因素 502.3 挖掘大客户的需求 51工具 大客户需求记录表 57案例讨论 掌握大客户的真正需求 582.4 分析大客户的其他供应商 59工具 竞争对手信息收集表 63案例讨论 对竞争对手分析定位 65本章小结 67第3章 拿下大客户 683.1 与大客户的初步沟通 69工具 说服力介绍的常见错误表 78案例讨论 为什么老李能拿下大单 793.2 跟进大客户 80工具 销售人员工作日志表 86案例讨论 跟丢的订单 873.3 公关大客户 88工具 公关能力测评表 94案例讨论 巧公关,赢订单 983.4 在竞标中取胜 99工具 投标工作说明书 101案例讨论 小宋的成功 1073.5 与大客户的谈判 108工具 谈判不同阶段的礼仪 118案例讨论 以退为进促谈判 119本章小结 122第4章 签约大客户 1234.1 大客户信用管理 124工具 大客户信用评估表 130案例讨论 信用管理减少坏账 1314.2 合同审核 133工具 大客户风险评估与控制表 137案例讨论 赊销合同,只字抵万金 1384.3 预防赊销风险 140工具 赊销判断正误表 143案例讨论 2001年中关村第一大案——仪科惠光诈骗案 144本章小结 145第5章 持续耕耘大客户 1465.1 大客户满意度管理 147工具 大客户问题记录表 153案例讨论 好态度赢得高满意度 1545.2 大客户关怀计划 156工具 大客户关怀计划表 159案例讨论 让大客户感动的问候 1605.3 大客户挽留计划 161工具 留住大客户的步骤 168案例讨论 江西联通用心服务大客户 169本章小结 171后 记1 172

章节摘录

第1章 锁定大客户 1.2 筛选潜在大客户 本节要点 1.筛选大客户的两大要点 2.大客户分类管理 3.主动放弃三类大客户 销售人员要想获得良好的业绩,就必须对市场中的大客户进行认真分析与评估,从中筛选对企业价值较大的大客户,剔除对企业价值较小的客户。

1.2.1 筛选大客户的两大要点 当企业有能力满足大客户的需求,又能从满足大客户需求的过程中获得企业所需时,企业与其大客户之间的交易才有可能达成。

因此,在筛选大客户时需要注意两个问题:企业有能力满足大客户的需求,即大客户认可企业的竞争优势;满足大客户的需求能为企业带来利润,即大客户对企业有吸引力。

小张是天津市一家生产混凝土和石材大型切割设备厂的销售人员。

最近,他了解到北京某大型建筑承包公司承接了一项高速公路改扩建工程,需要用到大型切割设备,而且极有可能订购10台。

得知这一消息后,小张与该承包公司的采购部门刘经理取得了电话联系,并在第二天从天津赶到了北京与刘经理见面。

见面后,刘经理告诉小张,他们公司目前正处于供应商调查、初选阶段,已与几家大型切割设备生产厂家谈判过,其中有一家厂家——瑞士工程机械设备制造商在业界非常有名,技术水平高,生产规模大,但是产品价格也最高。

<<拿下大单>>

媒体关注与评论

这套影响时空管理丛书具有很强的操作性和很高的应用价值，对于广大企业管理者来说，是一套不可多得的工具书。

——国家人力资源和社会保障部中国人事科学研究院副院长 吴德贵 我想告诉所有销售培训人员，这是一套非常棒的销售图书！

如果此时您正在为怎样培训销售人员而犯愁，我建议您毫不犹豫地选择这套顶尖销售系列。

——北京影响力管理咨询公司培训经理 沈一飞 这套顶尖销售系列全面、系统地阐述了销售管理的全过程，内含众多实用、精辟的案例，对企业具有很高的应用价值。

拥有它，阅读它，您就能获得新的财富！

——欧林家具（北京）有限公司总经理 刘建勇 这套书理论有深度，实践有力度，点点到位，层层极致，有助于销售管理者立体、系统地打造一支优秀的销售队伍。

——广东中山凯立洁具有限公司营销总监 列潮阳 销售人员使用书籍如同用餐，贵在对口。这套顶尖销售系列剥丝抽茧，山水渐露——原来大单就是这样落袋的。

——北京大唐兴竹软件技术有限公司销售部经理 李骅 对于销售团队来说，缺少的不是理论、方向和一时的激情，而是怎样才能将其执行到位，得到期望的结果。

那么，如何在执行过程中把每个环节紧密连接并充分发挥其最大能量呢？

这套顶尖销售系列提供了具体、实用的方法。

——北京紫真商贸有限责任公司总经理 王晓波

<<拿下大单>>

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>