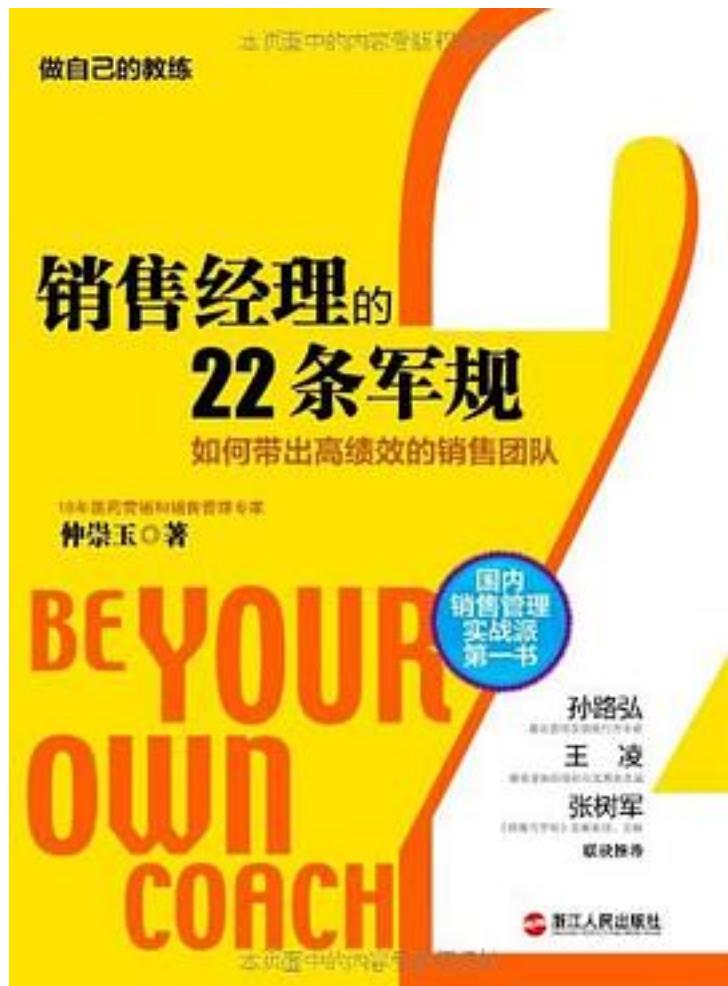


# 销售经理的22条军规



[销售经理的22条军规 下载链接1](#)

著者:仲崇玉

出版者:浙江人民出版社

出版时间:2013-4

装帧:

isbn:9787213049675

《销售经理的22条军规:如何带出高绩效的销售团队》内容简介：销售管理实战派专家仲崇玉“做自己的教练”系列又一力作。作者以自身在医药行业营销与销售管理上近20

年的丰富经验为切入点，全面揭秘销售管理过程中在团队建设、改善沟通、提高业绩、危机应对等四大方面的行动方向，可谓是一套解决销售团队管理困惑的开山密码和深刻题解。

在书中，作者针对“如何带出高绩效的团队”提出了22条简单实用、切实有效的行动建议，系统性地回答了“销售经理究竟应该管什么”；同时以自己特有的深刻洞察与思考，开创性地指出销售管理者应转变思维，学会向方法要业绩。

国内销售管理实战派第一书。任何一个希望将来做到销售经理的销售人，都可以从这套管理动作中找到有效沟通的切入点；任何一个希望更好地管理销售经理的高阶经理人，也可以找到与之有效互动的“把手”；而对于一个销售经理，则会了解到自己究竟应该如何管理好一线销售人，带出高绩效的团队。

海报：

作者介绍：

仲崇玉

医药营销和销售管理实战派专家，思谋医药营销咨询机构首席顾问。

拥有18年医药营销和管理经验，曾任荷兰欧加农（现默沙东）中国销售经理、亚太地区营销副总监；诺华集团山德士制药市场总监；新加坡淡马锡投资的英维达公司市场与销售总监，以及法国爱的发制药公司中国总经理

畅销书《做自己的教练：医药代表的五把利剑》作者。在《销售与市场》杂志发表过系列文章。多次应邀在国内、国际行业峰会上做有关“中国医药市场准入”“医药营销销售团队的建设和管理”等方面的演讲。

目录: 推荐序 带出高绩效团队的秘籍 / I

前言 22条军规，高绩效销售管理的养成 / IV

第一部分 团队

第1条军规 认清我是谁 / 003

我的立场是什么

我是谁

我想干什么

我要管什么

务实更要务虚

第2条军规 团队质量由你决定 / 015

“高温”环境试炼销售人三大素质

让那些与团队离心离德的人离开

警惕那些破坏团队氛围的人

让团队形成良性循环

培养团队有效分类的习惯

第3条军规 对团队的要求统一明确 / 025

找到关键业绩驱动因子

统一要求，不留模糊地带

要求和资源一定要匹配

第4条军规 授权不授责 / 033

授权不是恩赐

根据团队的特点来授权

工作性质决定授权人选

授权不是分权  
放权并非放任  
容易出错的事情恰恰要授权  
第5条军规 抓“例外”，带“常规” / 043  
挑出“日常”中的“常规”  
找出“常规”但不属于“日常”的事情  
列出可能发生的“例外”  
将“例外”事件程序化  
第6条军规 辅导团队不等于纠错 / 051  
辅导者不是老师  
辅导是连续的  
辅导内容的4个层级  
与被辅导者共同确立辅导目标  
第7条军规 有要求的地方就要有奖惩 / 059  
提了要求的，就要放入奖惩系统  
公司要什么，就奖励什么  
奖惩不要怕公开  
认可与惩戒都要有的放矢  
第8条军规 奖励制度并非万能 / 069  
确保员工对奖励制度清楚明白  
用管理方法来弥补奖励制度的局限  
确保计算奖金的数据来源可靠

## 第二部分 沟通

第9条军规 沟通制度化 / 077  
主动沟通  
及时沟通  
准确沟通  
有效沟通  
第10条军规 抽象沟通具体化 / 087  
沟通不是做判断  
讨论中切忌沉默  
点评一定要锋芒毕露  
第11条军规 远离6种沟通陷阱 / 101  
旁观者句型  
急于过关者句型  
撇清责任者句型  
离心离德者句型  
妄自菲薄者句型  
画地为牢者句型  
第12条军规 必要时，越级沟通 / 113  
越级沟通提升组织活力  
越级汇报降低组织效率  
随时为越级沟通做好准备  
不该越级的要坚决制止  
保护越级沟通的渠道

## 第三部分 业绩

第13条军规 把指标“销售”给团队 / 123  
指标并非越高越好  
与老板讨论指标不是简单的讨价还价  
调整的不是指标，而是对指标的感受  
让指标设定成为一次检验  
第14条军规 别拿销售预测当数字游戏 / 131  
统一计量单位是基本要求  
预测无反馈，不如不预测

保留预测数字，更新实际数据  
影响销售预测的几大因素  
销售预测不只是准确就好  
第15条军规 业绩不是简单的好或不好 / 143  
注重业绩持续性  
统一业绩标准  
第16条军规 最现实的增长点是打破现状 / 149  
敢于改变现有的市场格局  
让同样的投入带来更多增长  
洞悉客户认知和行为背后的增长机会  
利用不平衡业绩中的增长“势能”  
第17条军规 维持业绩的资源越少越好 / 157  
谨慎控制维持业绩的资源  
平衡短期、中期及远期资源配置  
平衡市场活动的效率和效果  
把握资源和指标的正相关关系  
第18条军规 不是所有客户都需要关注 / 165  
了解客户的四大背景  
剔除非目标客户  
划出重点客户  
30%，重点客户比例  
第19条军规 分配的不是现有市场，而是市场潜力 / 177  
要敢于变更市场分配  
让每个人分得的市场潜力相当  
合理分配的三大原则  
二三二七市场分配原则  
第四部分 危机  
第20条军规 冲突未必都要化解 / 189  
管理冲突  
学会中立  
统一目标是协调的基础  
适当创造新冲突  
第21条军规 建立应对突变的机制 / 201  
慎重对待结构性费用变化  
基本的业绩维护费用不能动  
结构性费用也不能动  
锤炼团队的弹性和韧劲  
第22条军规 危机就是机会 / 211  
不要浪费任何危机  
找到变化中未变的因素  
在动态平衡中主动求变  
后记 18年的销售人生 / 219  
· · · · · (收起)

[销售经理的22条军规](#) [下载链接1](#)

标签

销售

管理

营销

商业

医药

经管励志

已经买

京东畅读

## 评论

非常棒的书，推荐阅读。成长性公司的管理者大多不是那么训练有素，仅凭自己的经验，这本书的经验值得借鉴。

---

带队打仗，和自己冲上前线打仗，需要的是截然不同的思维模式，本书实践经验丰富，建议实际，为我面对新的挑战打好基础。这是一条没有尽头的路

---

逻辑性好差的一本书啊，读不下去...只快速把所有章节的标题看完了...

---

能感觉的出作者有丰富的实战经验，缺点是逻辑很差和讲了一堆大道理，关键是具体怎么做？涉及甚少，适合新手阅读。

---

非常低调的一本书

可以看出作者在销售领域非常有经验。优秀的销售经理需要很多实际经验的历练，我能够通过本书体会到销售工作的复杂性。同时本书也传达出这样一种观点：销售是可以学习的，是有一定依据可寻的实践科学。但仅就本书内容来讲，行文冗长，干货少。很多时候内容过于空泛，不具有可实施性。推荐平时无事的时候快速浏览，或者在实际工作中遇到困惑用以参考。

很适合销售管理小白学习

仲老师非常经典的书籍，虽然我不是医药销售行业的，但是读此书依旧有很大收获，每个章节写得非常详细。

[销售经理的22条军规 下载链接1](#)

## 书评

这半年看了很多书，而且看完一本就立马去看下一本，走马观花似的，今天整理柜子的时候，发现高高的一摞书。突然间告诉自己千万不要陷入了为了看而看的误区，千万不要贪多求全，而是丢掉书之后，应该有些自己的东西，能够用自己的语言来讲述书中的闪光点，学以致用才是最终的目...

[销售经理的22条军规 下载链接1](#)