

销售模式新生代（第2版）



[销售模式新生代（第2版）_下载链接1](#)

著者:【英】凯斯·达格代尔（Keith Dugdale）

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2013-7

装帧:平装

isbn:9787115319821

现如今，销售人员仅仅依靠产品或服务的特性和优点取胜是不够的，买家往往更看重销售人员是否值得信赖。为了在当今的销售领域占领一席之地，销售人员应该清楚如何迅速获得长期且稳固的关系资本，并与客户建立起长期稳固的伙伴关系。

凯斯·达格代尔、大卫·兰伯特所著的《销售模式新生代：世界上最聪明的销售(第2版)》提供了一整套完善的建立伙伴关系的新生代销售模式——IOWEU销售模式，以适应

不断变化的商业环境。通过易于理解的真实情景式案例，帮助销售人员更好地了解买家的行为与偏好，赢得买家的信任，建立起牢固可靠的、彼此信任的伙伴关系，从而在根本上提升销售的成功率。

《销售模式新生代：世界上最聪明的销售(第2版)》适合企业销售团队的负责人、一线销售人员以及销售培训师阅读使用。

作者介绍:

凯斯·达格代尔，全球销售培训公司——IOWEU国际公司的合作创始人，IOWEU国际公司包含一百多名认证教练及辅导员，业务遍及二十多个国家；Related Vision公司现任董事，帮助企业大力提高业务关系，即关系资本的质量和价值。凯斯曾在多元文化背景中生活、工作过，包括英国、中国、新加坡、澳大利亚等。他一直在人力资源开发和业务拓展领域担任高级职位。

大卫·兰伯特，IOWEU国际公司的合作创始人，并在业务拓展、市场营销、沟通及培训领域担任要职。目前，大卫致力于发展IOWEU国际业务并在全球范围内讲授IOWEU培训课程。

目录: 目录

第一章 销售模式新生代—IOWEU销售

- 1.1 传统的销售已经Out了 2
- 1.2 新生代销售策略 6
- 1.3 IOWEU的内核——关系资本 9
- 1.4 IOWEU模式的销售之旅 11
- 1.5 顾客、客户、账户背后的潜台词 17

第二章 懂点销售心理学——别人眼中的你

- 2.1 消费者对你的看法很重要 22
- 2.2 你是谁 24
- 2.3 测试一下你的行为模式——八维行为评估 26
- 2.4 制订八维行动计划 34
- 2.5 搞清楚他人的真正想法 35
- 2.6 销售人员行为大调查 35

第三章 珍惜你的客户关系

- 3.1 销售人员与客户关系大揭底 40
- 3.2 信任才是最有力的敲门砖 50
- 3.3 明白买方如何想才重要 54
- 3.4 改善买卖关系的制胜法宝——让客户每次都有收获 57
- 3.5 帮客户搞定一切 66
- 3.6 关系矩阵 66

第四章 “吃透”你的买家

- 4.1 买家类型大分析 73
- 4.2 买家类型、特点及影响力 77
- 4.3 买家在销售中的角色扮演 80
- 4.4 买家的个人偏好及应对之策 84

第五章 成为客户最值得信赖的盟友

- 5.1 怎样的开场白才能突破买家的防线 91
- 5.2 千万不要忽视个人的力量 96
- 5.3 最有效的销售思维工具——“我、我们和您” 98

第六章 帮客户发掘真正的价值所在

- 6.1 IOWEU销售模式的核心工具——SHAPE问询法 110
- 6.2 挑战现状的表层性问题 113

6.3 寻求挑战的开拓性问题	116
6.4 转变方向的调整性问题	119
6.5 寻求未来积极成果的规划性问题	123
6.6 付诸行动的参与性问题	127
6.7 SHAPE问询法的掌握	129
6.8 简单易学的SHAPE式提问	131
6.9 识别问题范围的方法—五项关注法	132
6.10 提问的好帮手—价值量表	133
第七章实现战略性销售	
7.1 销售的对话层级	140
7.2 为不同买家量身定制的对话层级	143
7.3 多样化提问	149
7.4 八维行为模式在提问中的应用	152
第八章赢得客户信任的销售诀窍	
8.1 确认和阐明——CC笔记的妙用	156
8.2 无提案的IOWEU销售	163
8.3 工作计划草案	166
8.4 别被价格谎言所蒙蔽	167
第九章成败在此一举—决胜销售演讲	
9.1 你的听众	171
9.2 演讲的结构	174
9.3 销售就要会讲故事、会举例	177
9.4 表述是否到位	179
9.5 问答环节莫紧张	185
9.6 演示要有»面感	189
第十章成为最聪明的销售—将IOWEU付诸实践	
附录新生代销售人员工具箱	
• • • • •	(收起)

[销售模式新生代（第2版）_下载链接1](#)

标签

营销

销售

创业

经济

商业

评论

[销售模式新生代（第2版）_下载链接1](#)

书评

[销售模式新生代（第2版）_下载链接1](#)