

加速器

長
春
出
版
社

快速实现销售的十二条战略

ACCELERANTS

[美]迈克尔·博伊伦 著
戴 序 于桂华 译

本书能够提高所有
从事销售、市场营销和业务拓展的
组织的战斗力和凝聚力，
并进一步明确公司的销售目标。

ACCELERANTS

加速器

快速实现销售的十二条战略

[美] 迈克尔·博伊伦 著
戴 序 于桂华 译

长春出版社

图书在版编目(CIP)数据

加速器:快速实现销售的十二条战略 / (美)迈克尔·博伊伦著;戴序,于桂华译. — 长春: 长春出版社, 2008.1
书名原文: Accelerants

ISBN 978-7-5445-0444-7

I. 加... II. ①迈 ②戴... ③于... III. 企业管理:销售管理 IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 147996 号

Copyright© Michael A. Boylan, 2007 All rights reserved

著 者: 迈克尔·博伊伦

责任编辑: 程秀梅

封面设计: 郝 威

出版发行: 长春出版社

总编室电话: 0431-88563443

发行部电话: 0431-88561180

读者服务部电话: 0431-88561177

地 址: 吉林省长春市建设街 1377 号

邮 编: 130061

网 址: <http://www.cccbs.net>

印 刷: 长春市利源彩印有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 787×1092 毫米 1/16

字 数: 169 千字

印 张: 12.75

版 次: 2008 年 1 月第 1 版

印 次: 2008 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 28.00 元

版权所有 盗版必究

如有印装质量问题, 请与印厂联系调换

联系电话: 0431-84519908

谨以此书献给那些殊途同归坚持不懈的人们，
献给那些意识到有必要提升自己，深谋远虑并永远自信的人们，献给那些对未知永远不会说“不”的人们——他们不断前进，直到把思想付诸于行动。而这也恰恰是我写作本书，创立加速器流程所做的一切。这本书之所以面世，是为了让所有需要之人来应用加速器，凭借加速器的能力和实力来实现更多的梦想。来了解加速器流程吧，怀着崇敬之心加以运用，做一名加速器的管理者吧，实践，实践，再实践！

目 录

致 谢	001
前 言	003
导 言	005

001

第一部分:约束企业加速发展的 12 个条件

第一个约束条件

——现有客户和潜在客户对你所在行业的总体看法 023

第二个约束条件

——现有客户和潜在客户对你所提供的核心服务的看法，
或者对目前供应商所提供的解决方案的看法 031

第三个约束条件

——你的团队对本公司业务、产品及服务的总体看法 034

第四个约束条件

——现有客户和潜在客户首选的培训流程，
以及严格的采购流程 039

第五个约束条件

——现有客户和潜在客户高级管理人员的决策流程 042

第六个约束条件

——市场营销人员起草的信息资料及核心服务的价值主张，
以及向现有客户和潜在客户交流时的不一致性 046

第七个约束条件

——与现有客户和潜在客户接洽的级别 051

第八个约束条件

——向对方真正决策者陈述价值主张时能力不足 056

第九个约束条件

——担心对现有客户和潜在客户的资格预审会危
及后续的业务洽谈 060

第十个约束条件

——担心在与现有客户和潜在客户的业务洽谈中占据主动 063

第十一个约束条件

——陈述文稿的内容、格式和表达没有冲击力，
并过于冗长且主题不明 069

第十二个约束条件

——无法向现有客户和潜在客户说明合作的经济效益 071

第二部分：消除约束企业发展的 12 条加速器原则

第一条加速器原则

——评价你的现有状况 084

第二条加速器原则	
——设计你的未来	088
第三条加速器原则	
——确定你的销售方针	095
第四条加速器原则	
——度量你的陈述信息	099
第五条加速器原则	
——进入客户的“城堡”	109
第六条加速器原则	
——提交最终陈述信息	122
第七条加速器原则	
——描绘财务图景	131
第八条加速器原则	
——坚持自己的立场	136
第九条加速器原则	
——指挥团队协作	141
第十条加速器原则	
——协调一致得真金	145
第十一条加速器原则	
——校准以获成功	148
第十二条加速器原则	
——实现同化循环	153

第三部分:凭借加速器获得成功的三个案例

凭借加速器获得成功:勇攀高峰	161
凭借加速器获得成功:经营一向高峰发展一再经营	169
凭借加速器获得成功:销售高级管理人员坐机出版物	174

第四部分:阔步前进

为企业量身定制加速器流程	181
传递员工知识和技能	183
加速器的现实应用、实施和执行	185

第五部分:在何处寻求帮助

约束条件评价体系的意義以及如何评价你的企业	189
加速器产品与服务	
——服务的对象	190
实践总结	191
与作者交流	192
关于公司会议或活动的主题演讲	193
加速器原则	194

致 谢

我谨对以下人士表示感谢，他们在我准备和写作本书的过程当中，给予了宝贵的指导和反馈意见。首先，我要感谢 Portfolio 出版公司的出版商阿德里安·扎克海姆，他坚信本书能让读者和他所在的公司受益。对于他的这份信心和信任，我非常感谢。

我还要感谢阿德里安·扎克海姆所领导的专业团队：编辑艾德里安娜·舒尔茨、合伙出版人威尔·威塞伊和宣传员珊恩·加里森，感谢他们在制作本书过程中所体现出的才干、奉献精神和洞察力。

感谢我的代理人玛格丽特·麦克布莱德和她的专业团队，在写作本书的过程当中，他们帮助我始终保持着写作热情。

感谢我们的客户，他们充分信任本书，把它引进自己的企业，加以推广应用，并且作为抢占市场的一个法宝，提升了企业的经营效率和经营成果。

感谢我的导师和顾问，多年来他们在这个行业始终给予我指导：肯·博兰卡德、拉里·威尔森和哈里·保罗。感谢科威领导力中心的前任首席执行官鲍勃·瑟里；感谢美国 i360 科技公司董事长、凯捷咨询公司的前任首席执行官迈克·迈耶；感谢美国凯捷安永转型外包公司的前负责人吉姆·伍德沃德；感谢进步之路公司董事长、柏拉图教育公司的前任首席执行官约翰·默里；感谢普华永道资深合伙人麦特·肖克利；感谢 EMSI 环境管理咨询公司总裁兼首席执行官、欧洲卡尔森市场营销集团的前任总裁阿雷姆·瑟瑞；感谢柯恩前集团副总裁加里·金迪莉；

并感谢多年来给我提出宝贵意见的许多朋友。

感谢我的家人和朋友，在我写作本书的过程当中，他们始终给予我支持和鼓励。感谢南希·安德朱莉斯、克里斯廷·克瑞森、迈克尔·斯博瑞格、威尼·肖斯、麦格恩·弗伦奇、范斯·伍尔温、约翰·布尔和杰丽·白克里，他们在我写作本书过程当中给予了无私的帮助和宝贵的专业意见。总之，我要感谢这支高度专业的伟大团队，这些值得信赖的咨询顾问。

前言

——本书的核心意义

本书将为读者介绍经过实践检验的最佳实用工具，帮助读者改善经营成果，提高销售收入，在更短的时间内实现更高的效率。

在本书中，我将向读者详细介绍妨碍、有时甚至是限制企业获得更多收入的 12 个约束条件，无论规模是大是小，企业经营都会受到这些条件的约束。阅读本书，读者可以迅速了解哪些约束是公司经营收入增长的最大障碍，从而能够立即采取措施，最大限度地消除这些消极影响。

本书还做了深入挖掘，探讨了 12 个经过实践检验的工具，即所谓“加速器”。这些工具能帮助读者最大限度地减少约束条件的束缚，帮助读者在更短的时间内确定销售对象，实现销售行为，并达成金额更高的交易，把交易时间和销售成本减少 25%。具体来说，这些“加速器”能教会你：

1. 效率更高、效果更好地确定销售收入增长的新机会。
2. 精简现有的销售流程。
3. 编制更强大、更有说服力的价值主张，从而提高对方采购的紧迫性。
4. 更快速、更高效地发现和接触对方真正的决策者。
5. 精简并改善常规刻板陈述的质量，达到事半功倍的陈述效果。

6. 更准确地评价和界定每一次商机实现的可能性，以便尽早完成搜寻客户的过程。
7. 提高商机的规模，同时排除没有诚意的潜在客户。
8. 将成交周期缩短 25%。
9. 使销售成本减少 25%。
10. 鼓舞一线销售人员的士气，提高他们自觉运用营销工具的实践能力。
11. 提高员工的自觉性和凝聚力，明确企业经营目标。

以上就是读者你，你的员工，还有你的企业能够从本书中得到的收获！是不是觉得有些离谱？相信你自有判断。不过，从一些多年应用“加速器”的公司的经验来看，就算你对本书只是初有涉猎，很快你也会受益良多。

在本书导言部分，我会把 12 个约束条件和对应的 12 个“加速器”分别罗列在两个图表当中，供读者研判，这样你就能站在较高的层面，迅速把握它们的内容。这有助于你快速了解哪些方面的内容与你适时相关，并从中发现影响你的公司收入业绩的直接原因，从而找到一条不断发展的成功之路。

导 言

——二十年的塑造

本书讨论的主题，是通过显著缩短企业的销售和达成交易的周期，从而大幅度地提高企业的销售收入以及销售净利。在确定未来商业机会，形成价值主张（在整个企业范围或业务部门层面）方面，加速器不仅能提高你和员工的工作效率，而且能改善你们的工作效果，从而使你们意欲接近的客户决策者产生共鸣，并且促使对方采取行动，达成交易。此外，凭借一份令人爽心悦目、尤其是能缩短你们“交易时间”的陈述报告，你还能够更快速、更有效地与客户沟通交流。

这本新书的内容，实用且精辟，得到了数千名专业人士的证实和肯定，过去八年来，加速器工具为他们带来了可观的收益。本书所介绍的加速器工具，不仅有助于企业提高对现有客户和潜在客户的销售，甚至能挽回一些被认为已经流失的交易机会——从而提高企业的市场渗透力，并赋予企业实实在在的市场竞争优势。

这 12 个经过实践检验的最佳实用工具之所以被称为“加速器”，是因为它们能在更短的时间内，以更少的开支和付出，来加速实现销售更多的产品、服务、解决方案或经营理念。实际上，每一个加速器原则都是一套技能和一套思维——这种“即插即用”的解决方案体现了一个全新的、更加睿智、更有进取心，同时又合乎情理的思维方式，告诉你如何做到更上一层楼。所有这 12 个加速器不仅针对个人而言——解决个人具体某个方面的苦恼，而且可以充当企业业务发展的

综合性框架，提升处于前端的业务搜寻和归集过程的能力。

本书的读者不仅可以是董事会成员、首席执行官和公司总裁、各级高级管理人员、企业所有者，而且包括中级管理人员，企业战略发展和客户经理、处于一线的营销人员，以及销售和业务发展的专业人士，这些读者都能从本书中发掘到真正的价值。

如果说有关销售流程还有什么新鲜的东西值得讨论和学习，你可能不太相信。但实际上过去二十年以来，销售、业务发展和市场营销方面的方法论并没有跟上处于全球经济环境当中企业经营管理日益复杂的发展步伐。这并不是说当前你的销售流程是无效的，而是因为你的销售流程当中所有处于不断发展变化过程之中的那些组成部分，逐渐侵蚀了现有销售流程的有效性。举例来说，这些因素包括：

1. 大中型企业的采购程序从根本上改变了你的现有客户和潜在客户了解你所提供的销售产品的方式。结果，你接触客户、向他们销售产品的方式也因此而改变。
2. 决策权和职权越发集中在少数人手中，你日常打交道的对方人员，或者打算取得联系的对方人员，其决策自主权遭到了极大的削弱。
3. 你所在行业越发激烈的竞争态势，给你造成了越来越多的压力，迫使你降低销售价格，增加产品的附加价值，并提供更优质的客户服务。
4. 一些大公司的老板和相当多的高级管理人员缺乏我所说的体谅他人的“谦恭”，于是在参加会议时表现得过于激动，并且无法集中注意力。

我又是如何知晓这一点的呢？我作为一名自雇企业主和创业者已经有二十个年头了，我先后开创了两家企业，企业成长壮大之后，我出售了企业所有权，随后又创立了加速器国际公司。在确定销售目标对象，跟进与之接洽，向对方做销售陈述，并最终达成交易等方面，

我有着出色的成功经历，与美国、加拿大及海外的财富 1000 强企业和众多中等规模公司的高级管理人员有过合作。自动数据处理公司 (ADP)、微软认证方案提供商、动态研究公司 (Research In Motion, 黑莓手机制造商)、NCR 公司、NEC 科技公司、西瑞汀管理公司、敏迪网络公司、洛奇卡 CMG 公共公司、凯捷安永管理咨询公司、柏拉图教育公司、Administaff 人力资源服务公司等等都是我们的客户。此外，还包括一些金融服务企业，专业服务商以及其他行业部门的公司。

你可能心存疑虑，销售流程学又不是搞火箭研究，有什么大不了的？为什么要别出心裁琢磨某些与众不同、更好一些或者是更加有效的销售流程呢？是不是因为现有的销售流程发挥不了作用？可能吧。要不就是因为你不喜欢当前的销售流程，打算另起炉灶搞套新的？不尽然吧。那么，为什么要考虑实施某一加速器工具，给当前的销售流程提供辅助，或者在将来某一天甚至用“企业经营加速器流程” (the accelerator process for business) 来取代当前的整个销售流程呢？答案在于加速器理念可以提升你在竞争中的地位，给你创造超越对手的不对称的市场竞争优势。

企业经营加速器流程能给母公司和各个下属经营单位提供帮助，方便他们针对特定的商业机会、目标行业企业以及所服务的受众，来协调、精练、强化和量化现有的信息资料以及价值主张。企业经营加速器流程还能给销售人员、市场营销人员、业务开发人员以及战略规划人员提供帮助，让他们在实现更多销售收入、改善业务边际利润方面变得更加主动，更有效率，也更有成果。随着时间的推移，就像“六西格玛业务流程”有助于改善与质量有关的业务和流程一样，你在增长业务和发展企业方面会更加娴熟、更加有效，从而给你带来实实在在的财务上的益处，而对公司而言，情况也同样如此。

如今，大多数企业共同遭受着来自 12 个约束条件的负面影响。有些约束条件同市场营销有关，有些同产品销售有关，还有些约束条件则关系到现有客户、潜在客户对你所在产业的市场和行业状况

的一般看法，对其他供应商的认识，以及你所能提供的核心服务的评价。同样地，有些约束条件源于你的员工对自己所在行业的认识和看法，以及他们向现有客户、潜在客户推荐的核心服务的认识和看法。本书第一部分对以上约束条件进行了详细描述，阐释了这些约束条件如何对公司经营造成阻碍及其原因，从而降低你的工作效率、工作效果以及公司的盈利能力。这些约束条件确实会延缓企业的进一步发展。当然并非每家企业都会出现所有这12个约束条件，但绝大多数企业至少会碰到4~5个约束条件，还有许多企业会出现更多。通常来说，组织当中的每个人都会受到这些约束条件的影响，上至最高级别的高级管理人员，下到市场营销和客户服务人员，以及在一线做业务、保持公司经营持续运转的普通员工。读了有关约束条件的介绍之后，相信你会对妨碍企业经营的诸多因素有更深入的了解。

接下来，我将依次介绍每一个加速器原则的应用之道，给用户带来最大的利益。通过破解或消除以上约束条件的方式，让加速器原则为你所用，有助于你消除和克服约束条件的消极影响。你将深入了解到每一个加速器原则背后的深刻内涵、它对你的企业的独特价值以及如何去应用这些原则来获得更多的成功。

通读本书你还会收获到更多的有价值的信息，了解到如何获得培训和幕后咨询服务，以便结合自己的实际情况来定制特定加速器原则的具体应用，从而确保企业不断获得成功。

下面是12个约束条件以及相应12个加速器的概览表：

约束条件连续体

对任何企业来说，总存在着一些因素，对企业经营业绩和业务发展的总体效果产生负面影响。以下就是 12 个延缓企业发展的约束条件。

