

普
华
经
管

正略钧策
管 理 丛 书

Mc
Graw
Hill

Education

[美] 基思 M. 伊迪斯 詹姆斯 N. 塔奇斯通 蒂莫西 T. 沙利文 著
郭书彩 闫屹 译

方案式销售

The solution selling[®] field book:

有效销售的
流程、工具与练习

practical tools, application exercises, templates,
and scripts for effective sales execution



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

方案式销售

——有效销售的流程、工具与练习

The Solution Selling[®] Field Book: practical tools, application exercises,
templates, and scripts for effective sales execution

[美]基思 M. 伊迪斯

詹姆斯 N. 塔奇斯通 著

蒂莫西 T. 沙利文

郭书彩 闫屹 译

人民邮电出版社

北 京

图书在版编目(CIP)数据

方案式销售/[美]伊迪斯,[美]塔奇斯通,[美]沙利文著;郭书彩,闫屹译.
—北京:人民邮电出版社,2007.5

ISBN 978-7-115-15936-6

I. 方… II. ①伊…②塔…③沙…④郭…⑤闫… III. 销售学
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 030239 号

内 容 提 要

本书介绍了一种经过 50 万销售人员验证的、特别有效的销售方法——方案式销售的应用方法、过程、工具、工作助手和技巧,书中提供了大量的销售原则、流程模型、工作表、练习和模板,掌握了这些,销售人员就可以在显性机会中战胜对手,同时提高挖掘潜在机会的能力。

本书既适合销售人员阅读,也适合市场专员、销售支持人员、管理和行政人员等阅读。

方案式销售

——有效销售的流程、工具与练习

-
- ◆ 著 [美]基思 M. 伊迪斯
詹姆斯 N. 塔奇斯通
蒂莫西 T. 沙利文
译 郭书彩 闫 屹
责任编辑 许文瑛
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京隆昌伟业印刷有限公司印刷
新华书店总店北京发行所经销
- ◆ 开本: 787×1092 1/16 插页: 1
印张: 16 2007 年 5 月第 1 版
字数: 180 千字 2007 年 5 月北京第 1 次印刷
著作权合同登记号 图字: 01-2006-2214

ISBN 978-7-115-15936-6/F

定 价: 29.80 元

读者服务热线:(010)67129879 印装质量热线:(010)67129223



世界各地50多万顶尖的专业销售人员已发现方案式销售这一革命性的销售过程的魅力。本书教给你如何使用方案式销售方法。这本结果驱动、循序渐进的指南读物为你提供必要的方法、过程、工作助手、工具和技巧，使你：

- 激发兴趣、赢得信任，引导潜在客户发现并承认问题；
- 见到关键决策者，进行高级别会谈；
- 通过特色商品或服务提供独特的、价值驱动的解决方案；
- 大大缩短初次接触和结案之间的周期。



本书设计了较宽的页边空白，方便你在看书的时候随时填写和标注；书中还有大量的实践练习，帮助你理解一些重要概念，并将这些概念应用于自己的销售实践中，强烈建议你完成这些练习。





作者简介

基思 M. 伊迪斯 销售业绩管理国际公司的董事长,著有《再造销售奇迹》一书。

詹姆斯 N. 塔奇斯通 负责销售业绩管理国际公司中方案式销售的研究。

蒂莫西 T. 沙利文 负责销售业绩管理国际公司的业务开发。

本书的内容受到版权法保护,属非公用资料,不能免费使用。

《方案式销售——有效销售的流程、工具与练习》
编读互动信息卡

亲爱的读者：

感谢您购买本书。请您详细填写本卡并邮寄或传真给我们(复印有效),以便我们能够为您提供更多的最新图书信息,并可在您向我们邮购图书时获得免收图书邮寄费的优惠。

您获得本书的途径

- [illegible]

哪些因素促使您购买本书(可多选)

- | | | |
|--------------|----------|-------|
| ○本书摆放在书店显著位置 | ○封面推荐 | ○书名 |
| ○作者及出版社 | ○封面设计及版式 | ○媒体书评 |
| ○前言 | ○内容 | ○价格 |
| ○其他() | | |

您最近三个月购买的其他管理类图书有

1. 《 》 2. 《 》
3. 《 》 4. 《 》

请附阁下资料,便于我们向您提供图书信息

姓名	出生年月	文化程度
单位	职 务	联系电话
地址		
邮编	电子邮箱	

地 址：北京市崇文区龙潭路甲3号翔龙大厦218室

北京普华文化发展有限公司

邮 编: 100061

传 真: 010-67120121

服务热线: 010-67129879

网 址: <http://www.puhuabook.com.cn>

编辑信箱: puhuabook811@126.com

译者序

销售是一门艺术，更是一门科学。当今时代，市场竞争日趋激烈，对销售人员的要求也越来越高。这就需要销售人员不仅要有良好的交际与公关能力，还需要具备为消费者提供有价值的知识、经验和专业技能的能力。“方案式销售”应时而生，它是一种全新的销售理念，不是以销售的商品或服务为中心，而是以客户的具体业务问题为中心，站在客户的角度看问题，深入了解客户的具体需要，为客户提供独特的、有价值的系统解决方案。方案式销售又是一套完整的销售操作流程和方法体系，有一整套系统的步骤、方法和辅助工具。本书的3位作者作为该领域最前沿的专家，长期不懈地致力于该领域的研究、实践与推广。本书就是讲述如何实际应用“方案式销售”这种行之有效的销售模式的。

全书分为5大部分，共14章。第一部分为引言，介绍如何使用本书，概括与总结了方案式销售的定义、方案式销售的各个环节与流程；第二部分至第五部分对方案式销售分阶段进行了详细的介绍，其中第二部分挖掘潜在机会，包括4章，从如何策划与客户的初次见面开始，直到激发客户兴趣、发现客户存在的问题并帮助客户诊断问题，一步步地教给你如何开发新的潜在客户，而寻找并开发潜在客户正是方案式销售的基础所在，毫无疑问这同时也是一个公司发展的生命线；第三部分参与显性机会，分为两章，教给你如何在激烈的市场竞争中争取更多的机会；第四部分评估、控制、结案，包括5章，教给你如何接触到客户公司的高层人士、如何控制销售过程直至签署销售合同，不仅如此，在这一部分还会教给你如何利用一次成功的机会，创造今后连续不断的销售业绩；第五部分管理你的销售机会，用一章的篇幅教给你如何管理销售渠道，获得收益，并对今后的销售状况进行预测。最后的附录则对方案式销售中涉及的各种工作助手，即各种实用方法与工具进行了总结与概括。

本书具有以下特点。第一，先进性，本书所介绍的方案式销售是经过全世界数以百万计的销售人员证明的成功销售手段，号称“世界第一的销售执行方案”，是经过从实践到理论，又从理论到实践反复验证的并且被越来越多的人所认可的一种有效方案；第二，实用性，本书比《再造销售奇迹》（*New Solution Selling*，作者第一本关于方案式销售的著作）更加注重实用，书中提供许多具体的使用方法、操作步骤和辅助工具，如表格、流程图、信函与电子邮件范例和模板等，供读者参照，此外还有许多针对销售人员个人的实际销售机会进行的应用练习，使得读者通过训练，掌握该方法，具有很强的可操作性；第三，广适性，方案式销售不仅仅是一种先进的销售方法，不仅仅适用于广大的专业或兼职销售人员以及相关财务、行政管理人员、公司高层领导等，它还适用于学校、机关、家庭等，因为它是一种理念，它教给你如何与人打交道，如何让别人接受你和你的想法，如何规划并逐步实现你的计划与理想等，它可以应用于你日常生活、工作的方方面面，当然这需要你在真正理解它之后才行。无论你是专业销售人员，还是销售支持人员，或公司高层主管，抑或是普通的读者，相信本书都能对你有所启发与帮助。

在本书的翻译过程中，我爱人郭书彩到美国匹兹堡的杜肯大学做访问学者，原定6个月的翻译时间延长到了10个月，好在现代科学技术的发展使得我们可以通过电子邮件和Skype进行交流与对话，对翻译过程中出现的各种问题进行磋商、讨论；翻译中我们力求准确，有时哪怕是一个词语也多次讨论，甚至是多方求证。经过夜以继日的紧张工作，终于赶在年底之前完成了译稿，心中甚感欣慰，一方面是能够把国外先进的销售理念和销售方法介绍给国内读者，另一方面我们自己也从中学到了很多东西。

在本书的翻译初期，我的研究生张书娜、于诺、胡继成、武静、刘瑜、师小娜等做了大量的协助性工作，在此对他们表示感谢。当然他们不应应对译稿可能存在的任何问题负责。

我衷心感谢我的父母，尽管他们年事已高，但一直无微不至地帮我们照管孩子，解除了我们的后顾之忧。

在翻译过程中，我们尽心尽力，认真校对，但恐仍有疏漏、不妥，甚至错误之处，敬请读者不吝指正。

闫屹

2007年1月30日

英文版序言

根据美国人口普查和劳工部（Census and Department of Labor）的统计数字，美国近 1/5 的劳动人口，即 2 500 万以上的人，其正式职业为销售人员。全世界专业销售人员总数有多少，目前还没有准确数字，但肯定超过了几亿人。

数量如此庞大的人群以向他人销售商品和服务为生，他们的销售技巧通常只靠在实践中摸索。人们通常把销售看成是一门艺术，而不是科学。帮助专业销售人员掌握销售技巧的资源非常有限。

销售人员是“能言善辩的魔鬼”这样的陈词滥调正在迅速被淘汰。人们现在已经认识到那种把销售人员描述为狡猾欺诈、惟利是图、不可信的电影中的陈腐模式是对全世界上千万专业销售人员的歪曲。

现在的消费者对卖给他们东西的人的要求越来越高。如果一个购买者跟你有互动，他（她）从与你第一次接触就期望你能为他（她）提供有价值的东西。如今消费者能够获得的信息比以前任何时候都多，而且他们获得信息的速度也更快，他们能够在很短的时间内评价各种不同选择，而且能迅速从多种渠道获得准确价格和相关的细节。事实上，就购买商品来说，很多时候购买者可以根本不需要销售人员，他们可以通过电子方式购买，这种方式是许多销售部门面临的一个挑战。

“方案式销售”的问世正是基于以上原因。根据对购买者的购买行为的分析以及世界上最为成功的销售人员的有效实践，“方案式销售”为人们提供了一种有效的销售模式，它不仅通过销售的商品或服务，而且更重要的是通过你的销售方式，满足消费者越来越高的要求。本书将要告诉你该如何去做。

本书简介

本书非常实用，读者可以把其中的内容应用到真实的销售活动中，

帮助你的购买者获得他们需要的解决方案，也帮助你获得更富有成效也更具有个人回报的生活。书中的**方法、过程、工具、工作助手和技巧**曾经过世界各地几乎来自各行各业的 50 多万人的验证。要想为自己和组织赢得更多生意，你需要了解的东西都在书里面。

本书的读者

你可能已经想到，本书中的内容对**专业销售人员**非常有价值。销售正在日益成为一种团队活动。我写本书不仅仅是为了那些想学习有效的销售方法，并籍此在工作上成功的销售人员，同时也为了那些通过了解成功销售方法能使其受益的各类人员。这些人包括如下几类。

- **市场专员 (Marketing professional)**。“方案式销售”包括一些工作助手和工具，它们为营销人员与他们的销售团队相协调提供了绝好的机会。了解了“方案式销售”，他们就能够为组织的销售人员在恰当的时候提供关于恰当的购买者的信息。同时，这也使他们更容易实现自己的营销目标。

- **销售支持专业人员 (Sales support specialist)**。许多组织雇用一些了解某个特定产品或服务的细节或在某个特定行业有专长的专家，帮助销售人员诊断购买者的需要，说明你们的产品、服务或与销售相关的活动的价值。尽管这些人不负责机会的结案，但销售支持专业人员对许多复杂销售活动的成功起着关键作用。了解如何运用“方案式销售”能使这些人受益，提高他们的工作绩效。

- **管理人员和行政人员**。如果你是组织的一个部门经理，即使你负责的**不是销售部门**，了解如何支持组织的销售行动对你也是有益处的。几乎任何一个组织的任何人都可以阻碍或支持本组织的销售团队。

- **合作伙伴和联盟**。许多组织与第三方组织结成合作伙伴或联盟，以便于为共同的客户提供更好的解决方案。了解“方案式销售”有助于你更有效地销售关联的商品和服务，同时使自己成为更有价值的合作伙伴和同盟者，最终为自己和自己的组织赢得更多的生意。

如果你的个人成功取决于你自己或你所在组织的销售能力，那么本书正适合你。换句话说，任何人读了本书并对其中原则加以运用，都会从中获益。

事实上，许多人已经在运用“方案式销售”的原则，改善他们的个人生活和职业生活。下次你和家人或朋友再有分歧的时候，试着运用“方案式销售”中的某些方法诊断原因，解决问题。很多时候，生活上的成功无非就是帮助他人接受对你们双方都有利的解决方案。

目 录

第一部分

引 言	1
第 1 章 如何使用本书	3
第 2 章 方案式销售概述	7

第二部分

挖掘潜在机会	13
第 3 章 如何有效进行访前策划和调研	15
第 4 章 如何激发潜在客户的兴趣	33
第 5 章 如何帮助潜在客户承认问题	51
第 6 章 如何诊断问题并创建解决方案的愿景	65

第三部分

参与显性机会	91
第 7 章 如何做到后来居上	93
第 8 章 如何重构解决方案愿景	109

第四部分

评估、控制、结案	119
第 9 章 如何接触到权力人士	121

第 10 章	如何控制购买流程	135
第 11 章	如何销售价值	151
第 12 章	如何达成最后协议	161
第 13 章	如何衡量和利用成功	171

第五部分

管理你的销售机会	175
----------------	-----

第 14 章 如何管理你的销售机会	177
-------------------------	-----

附录 方案式销售的 30 个工作助手模板	187
----------------------------	-----

后记	243
----------	-----

致谢	244
----------	-----

第一部分

引言

PART ONE

GETTING STARTED

如何使用本书

各位读者，请准备好笔，本书的设计特点就是让你看书的时候随时填写和标注，把你认为有用的词句或段落用笔标记出来。本书设计了较宽的页边空白，方便你写下个人批注。请将你希望参照的那页折叠，并把你认为非常重要的部分贴上备注标签（Reminder Notes）。

本书提供了大量的实践练习，以帮助你理解一些重要概念，并将这些概念应用于自己的销售实践。我强烈建议你完成这些练习，它能帮你将方案式销售应用于实践中。实践出真知（Practice Makes Perfect），如果只是单纯阅读这些内容而不进行实践的话，你就不能完全掌握在现实工作中使用方案式销售的方法。

本书附录的方案式销售工作助手模板，包含了供你个人使用的、一整套的工作助手模板（Job Aid Templates）。

关于版权的说明

购买本书的读者可以使用本书中的所有材料，帮助你开展销售工作。除非经过销售业绩管理国际公司明确的书面同意，请不要复制本书任何部分的内容，供他人使用、用于销售或其他商业目的。本书的内容受到版权法保护，属非公用资料，不能免费使用。

如果你的同事或朋友希望使用你购买的本书中的资料，请让他（她）自己买一本，或者更好的办法是，你买一本送给他（她）。

内容概述

本书共由5部分组成，每一部分又包含若干章节。下面对各部分做一个简单介绍，以方便读者选择阅读自己最感兴趣的章节。

第一部分 引言

引言部分将向读者介绍本书的使用方法，以使读者获得最佳的阅读效果。对于那些没有阅读过《再造销售奇迹》或没有参加过方案式销售培训的朋友，我建议你最好仔细阅读第2章，这一章对方案式销售的重要方面进行了概括。

第二部分 挖掘潜在机会

这一部分介绍怎样说服潜在购买者，捕获新的销售机会。开发潜在机会（*Latent Opportunities*）是方案式销售方法中一个非常重要的组成部分。一旦能创造了这种潜在机会，你成功的几率就会很高。

第三部分 参与显性机会

这部分介绍当你不是发现机会的第一人时，怎样获得参与竞争的资格，并捕获销售机会。赢得显性机会（*Active Opportunities*）所采用的方法和挖掘潜在机会的方法是不同的，前者需要你重构购买者的潜在解决方案愿景，使之倾向于选择你而不是你的竞争对手。

第四部分 评估、控制、结案

这部分教你如何接触到购买组织中的权力人物，如何控制购买流程，如何销售价值，以及如何与购买者达成最后协议。这部分还介绍了人们经常忽视的、对提供给消费者的价值的衡量方法，以及如何利用这次成功创造重复销售的机会。

第五部分 管理你的销售机会

这部分介绍如何管理销售渠道（*Sales Pipeline*），从而使你获得稳定的收益流（*Revenue Stream*），并准确地预测未来销售。

本书图标的使用

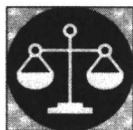
本书中的部分信息配有特殊的图标，目的是突出重点内容，便于以后查找。下面介绍这些图标的含义。



该图标代表方案式销售的基本原则。



该图标是方案式销售的工作助手，即用来帮助你完成销售活动的模板或工具。



该图标突出方案式销售的可测量性（Scalability），即可评估从复杂到简单各种不同的销售情形。

另外，本书有一张大图（方案式销售全貌）说明如何在整个销售流程中使用每章介绍的工作助手，见书中折叠的大图。

阅读指南

如果你对方案式销售方法和销售流程不是很熟悉，我建议你按照先后顺序，从头到尾通读此书。方案式销售方法和销售流程是一步步建立起来的，你在掌握了前面概念的基础上，才能知道怎样使用后面的概念。

如果你已经阅读过《再造销售奇迹》一书，或者参加过方案式销售培训，那么本书的大部分内容读起来就像是对以前内容的回顾，只是更强调实用。此类读者，我建议你重读本章的“内容概述”部分，浏览目录部分，然后直接进入每章的应用练习。

祝你好运，祝你销售成功！