

惠普、甲骨文、通用电器、华为、联想等
众多世界500强企业广为采用的培训方法



交互式培训

TELLING AIN' T TRAINING
(updated | Expanded | Enhanced)

让学习过程变得积极愉悦的成人培训新方法 (第二版)

[美] 哈罗德 D.斯托洛维奇 艾瑞卡J.吉普斯◎著

屈云波 王玉婷◎译

第一版在当当、亚马逊和京东持续畅销，被很多知名企业和培训机构作为教材团购
第二版主要增加了在互联网时代如何采用最新科技手段和在线学习的深入探讨

培训宝典：以业绩为基础、以学员为中心，做最有效的培训

- ✓ 轻松的语言
- ✓ 有趣的图表
- ✓ 挑战性的游戏
- ✓ 可视化的教具



Pilot 派力营销图书

中国营销人员的工具箱和教材库

屈云波 主编



交互式培训

TELLING AIN' T TRAINING
(updated | Expanded | Enhanced)

让学习过程变得积极愉悦的成人培训新方法 (第二版)

[美] 哈罗德 D. 斯托洛维奇 艾瑞卡 J. 吉普斯 著
屈云波 王玉婷 译



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

交互式培训: 让学习过程变得积极愉悦的成人培训新方法: 第2版/
(美) 斯托洛维奇 (Stolovitch, H.D.), (美) 吉普斯 (Keeps, E.J.) 著;
屈云波, 王玉婷译. ——北京: 企业管理出版社, 2016.1

书名原文: Telling Ain't Training (updated|Expanded|Enhanced)

ISBN 978-7-5164-1179-7

I. ①交… II. ①斯… ②吉… ③屈… ④王… III. ①企业管理-职工培训 IV. ①F272.92
中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第308386号

TELLING AIN'T TRAINING

Copyright©2011 BY THE AMERICAN SOCIETY FOR TRAINING &DEVELOPMENT,
HAROLD D.STOLOVITCH AND ERICA J.KEEPS

This edition arranged with RussoRights,LLC(ASTD Licensing Agent)

Through Big Apple Agency,Inc.,Labuan,Malaysia.

Simplified Chinese edition copyright:

2016ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

All rights reserved.

本书中文简体字版由企业管理出版社出版。

未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

北京市版权局著作权合同登记图字 01-2015-1076 号

书 名: 交互式培训: 让学习过程变得积极愉悦的成人培训新方法: 第2版

作 者: (美) 哈罗德 D.斯托洛维奇 (Harold D.Stolovitch)

(美) 艾瑞卡J.吉普斯 (Erica J.Keeps)

译 者: 屈云波 王玉婷

责任编辑: 杜敏 田天

书 号: ISBN 978-7-5164-1179-7

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路17号

邮 编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68701816 编辑部 (010) 68701408

电子信箱: 80147@sina.com

印 刷: 香河闻泰印刷包装有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 168毫米×235毫米 16开本 19.5印张 312千字

版 次: 2016年1月第2版 2016年1月第1次印刷

定 价: 50.00元

商德需要好榜样

我已十多年没有意愿发声，除了自身懒惰原因，一是关于营销技术层面话题不断有很多新的中外著作可供大家阅读，同时也有很多电子商务和互联网营销大咖成功案例介绍，二是对这十多年中国商业及社会的道德表现极其失望和愤怒以致无语。

我个人的观察，单从道德上讲我认为中国商业这十多年总体来说是大幅度退步的，以至于很多人可能已经麻木至习以为常甚至以非为是。

不信？作为普通消费者，咱们略举几个日常生活中常见的例子看看：大到购买房子及装修、股票、理财产品、商业保险、借贷、治病、上学等，小到穿的衣服、吃的食品、用的物品、公共服务（水、电、气、热、通讯等）、售后服务、旅游、软件下载等，很多时候都会让你体验到购前不敢相信、购后愤怒生气直至投诉起诉无果的遭遇，诚信和法制似乎只是停留在很多企业及老板们的嘴上和广告宣传上。

这种信任陡降、道德沦丧、法制不彰的现象不仅仅存在于商业领域，已经覆盖社会的很多方面，甚至包括亲朋好友的来往、同事同学的相处，以至于几乎我们每个人每天都要学着如何分辨和应付海量的五花八门、不断升级、防不胜防的诈骗信息。

我们中有很多人深受其害、深恶痛绝却又无能为力，进而麻木至习以为常、毫无作为，甚至不自觉已经不同程度的是非颠倒、“好人变坏人”。

因为我们多数是普通人，通常也许会认为提高国民素质、改变社会风气、严刑峻法那是政府官员和社会精英们的事情。

但我们至少可以从自己及能够影响到的身边人做起，力所能及的改变自己、说一些正能量的话、做一些正能量的事，即便不能给自己带来任何功利，至少每晚可以安然入眠，为我们的下一代树个好榜样。

其实中国商界也有很好的榜样，就我个人多年体验而言，广东和四川的餐饮服务业很早都是中国商界好榜样，中国家电业产品和服务的表现曾经也是，也许还有其他不一而足。

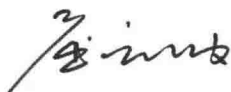
最后，让我们摘录亚马逊CEO杰夫·贝索斯在普林斯顿大学2010年学士毕业典礼上的演讲辞其中的几句话与二十多年来一直信任和陪伴《派力营销图书》的上千万中国营销人共勉：

善良比聪明更难，选择比天赋更重要。

天赋和选择不同。聪明是一种天赋，而善良是一种选择。天赋得来很容易——毕竟它们与生俱来。而选择则颇为不易。如果一不小心，你可能被天赋所诱惑，这可能会损害到你做出的选择。

你们要如何运用这些天赋呢？你们会为自己的天赋感到骄傲，还是会为自己的选择感到骄傲？

北京派力营销管理咨询有限公司

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Z. inu' or similar, written in a cursive style.

2016年1月18日



真是很难以置信，距离我们坐下来写《交互式培训》第一版已经过去了近十年。我们本以为已经完美地完成了这部作品，但当我们筹划着写一版更新、更广、更具价值的《交互式培训》时，却思如泉涌。我们怎么能够拒绝这么诱人的邀约呢？《交互式培训》第一版的出版带给了我们很多。而现今，情况依旧如此。我们该如何表达，又能做何种选择呢？

《交互式培训》第一版出版后的反响十分强烈。我们收到了成百上千的读者来信，纷纷表示这本书影响了他们和他们企业的培训方式。我们也收到了学校教师、教授和家长们的来信，他们掌握了该如何在他们所处的环境中运用《交互式培训》中的原则和策略。由此，事例和感谢信蜂拥而至。当我们的读者们提出更多要求时，我们是如此的高兴，而更多的是为他们所学到的知识而高兴！

2004 年时，美国培训与发展协会（ASTD）出版了我们的另一本相关书籍《交互式表现》（Training Ain't Performance），这本书更全面的介绍了我们如何才能提高人们在工作中的表现。在 2005 年和 2006 年，我们又分别出版了两本工作簿：《超越交互式培训工作簿》（Beyond Telling Ain't Training Fieldbook）和《超越交互式表现工作簿》（Beyond Training Ain't Performance Fieldbook）。正是这些作品支持我们在全球企业里实施我们的培训方法。

《交互式》系列书籍（人们对这四本书的简称）并不是唯一的传播方式。事实上，基于人们对《交互式培训》的广泛关注，美国培训与发展协会邀请我们在全美进行关于交互式培训的小型研讨会。随后，交互式培训的项目被引入美国培训与发展协会和国际绩效改进协会（ISPI）的地方分会中，以及加拿大培训与发展协会（CSTD）、企业、政府机构以及全世界范围内的非营利性机构中。谁能想象得到《交互式培训》的现场传授能够达到平均每年 20 次。

《交互式培训》第一版的写作是一个极其令人愉快的过程。对于我们来讲，它并不仅是一本典型意义上的书，而更多的是我们针对培训进行的一场交谈。我们将两人的职业生涯（加起来差不多有 80 年）都致力于教学、课程设计、帮助企业创造出提升学习效果与业绩的方案，以及进行学习与工作业绩的研究上。这些年，我们在学术界和企业界都有涉足，并出版了很多专业、科学的作品。但《交互式培训》与以往我们所写过的任何书籍都完全不同。《交互式培训》（第二版）依旧会忠实于原版的写作方法与写作风格。

相比于第一版，我们删除了很多我们通常会在写作中应用的惯例。除了一些参考资料指出我们从特定个人那里直接借鉴的想法和话语外，我们已经删除了通常的引用部分。取而代之的是我们在书的末尾加了一部分，称作“扩展阅读”（在这一版本中做了更新和极大地扩充），在这一部分的帮助下你可以更深层次的挖掘我们所陈述的一些内容。在第二版中，我们同时还提供了尾注，这其中不仅是所引用的资料，还指出了它们的出处。尾注部分拓展了《交互式培训》的深度。寻找研究资料和引用来使新版本更现代、更具价值，以及为支持或更新内容而加入更

多的证据，单是这些工作我们就集中工作了两年。但这个过程是多么的令人兴奋又具有启迪意义！阅读文献、手稿、报告、研究摘要、元分析研究^①、书籍，甚至是采访摘要都极大地拓宽了我们的视野。当我们为新书的素材搜罗时，很高兴能够分享我们所发现的东西。

像第一版一样，我们依旧在我们的写作中保留了谈话的口吻——几乎是口语化的。我们也运用到了缩写、对话、旁白、趣味练习、玩笑、挑战，以及任何我们认为能够使这本书与读者尽可能亲近的其他技巧。

为了写作《交互式培训》第二版，我们为学习与培训（就是采取刻意的行动来引发求知欲以及让行动产生效果）采用了已被大量研究及专业培训流程证明了的可靠又吸引人的练习，相比专业杂志上的介绍，它们更容易被人接受。我们的目标是让最好的培训原则对新晋的培训师和那些经验丰富、总是对一些事情的起效（或者不起效）原因寻找解释和证明的开拓者们都适用。我们在任何情况下都不会“降低”研究成果的难度。我们非常勤奋的工作就是为了要维护对各位研究者和作者作品的忠实度，同时运用修饰语言（绝不会是观点或发现成果）使他们的发现成果对于广大的受训人员来说更容易理解。在最新版本中，我们花费了更多的时间和路途来研究培训与学习的基本原则是如何在改变世界的过程中发挥作用的——这个世界经历了2001年9月11日的恐怖袭击、大规模的经济衰退、众多科技进步手段的到来，如在线学习、在线研讨会、

① 元分析（meta-analysis）统计方法是对众多现有实证文献的再次统计，通过对相关文献中的统计指标利用相应的统计公式，进行再一次的统计分析，从而可以根据获得的统计显著性等来分析两个变量间真实的相关关系。元分析要求每个观察到的相关系数经过研究样本大小的权重处理，从而产生经过权重处理的总体相关性的平均估计值。对已有的研究结果进行定量综合的分析，试图确定“真实”值。

社会媒体、电子书和虚拟世界。当我们写第一版时，职场学习就已经被转化成我们意想不到的多种方式了。

怀着对科技手段与培训的尊重，我们觉得包罗这些不断变化的内容最好的办法就是听从比我们所掌握的专业知识更丰富的人的建议。幸运的是，我们的同事和朋友马克J. 罗森博格（Marc J. Rosenberg）接受了我们的邀请，成为了本书写作团队中的一员，他出版了多部关于在线学习与运用技巧提高人们工作表现的作品。这本书中他与我们联合写作的部分是“运用科技手段乃至超越科技手段培训与学习”。这一部分由两章组成。第一章提供了运用科技手段培训与学习的历史观念和概念框架。第二章更加实用，包含了很多在工作中运用科技手段的例子。我们极为感谢他与我们分享的知识和智慧，他拓展了《交互式培训》第二版，使其更具价值。

你会注意到我们把本书分成五部分共包含 13 章。前两章描述了本书的概要内容，以及为接下来的介绍勾勒出了一幅路线图。随后的几章为你提供材料和工具使《交互式培训》第二版栩栩如生。每一章的开头都对本章所强调的精华内容做了一个简洁的概括，用来帮助你为接受接下来的内容做准备。为了避免过多的“讲述”（而这往往是一本书所必需的、单方面的交流，是我们要求你不要做的），每一章都包含很多旨在使你以有意义的方式参与其中的活动。所有章节（除了第一章）的后半部分都引用了一些简单、总结性的练习和活动，它们可以在你读完本书时提醒你回忆起你所学过的内容，并且帮助你记住关键点。在阅读过程中，你会见到以下图标：



这个图标用以标注出对读者很重要的部分。



这个图标用以标注出运用我们所提供信息的关键点。



这个图标在每章关键知识回顾时都会出现。

我们要感谢前美国培训与发展协会出版社的策划编辑马克·莫罗（Mark Morrow）邀请我们撰写了原版的《交互式培训》，以及在该书和其他《交互式》系列图书的筹备阶段给予我们热心的支持，其中也包括这部更新、更广、更具价值的版本。

我们还要感谢美国培训与发展协会出版社的策划编辑贾斯汀·布鲁因斯（Justin Brusino），他是《交互式培训》第二版的项目经理。我们十分感激他的协助、引导与支持。

同时我们还诚挚的感谢美国培训与发展协会出版社的前高级副主编托拉·爱斯特普（Tora Estep），她在不偏离我们核心信息或风格的情况下将我们的文本整理得顺畅、精彩。

另外，没有我们亲爱的助手芭芭拉·赫尔维希（Barbra Hellwig）我们根本不可能完成这本书，她在我们写作期间帮我们应付了所有难题。芭芭拉，我们永远感激你。

我们不知道说什么才能表达我们对萨曼莎·格林希尔（Samantha Greenhill）最深刻的感激之情。她与我们共同协作完成了这部《交互式》系列的第五本书。她与我们共事，忍受我们无止境的要求，没有因我们紧张的写作期限而退缩，她一直带给我们惊喜。她平静而专心致志的对待我们交给她的东西，在我们含糊的指示下，她把一切都变得连贯流畅。真令人感到惊讶！

在写作这本书的过程中，我们想到了无数的员工和经理们，他们往往没有经过正式的培训与学习，但却发现自己投身于培训师的角色。我们希望这些人能够从这本书中得到引导与支持。

写作一本书最大的快乐之一就是，在书中与读者分享你所学到的知识，与钦佩的合著者分享经验。我们的关系不仅是合著者，我们同时也是工作伙伴和人生伴侣。感谢我们能够在一起继续共度人生旅程。

哈罗德 D. 斯托洛维奇

艾瑞卡 J. 吉普斯

写于洛杉矶

派力营销图书选购和阅读指引

一、目标读者

- 1、首先是各类企业、非盈利机构的营销、销售和管理实战人员；
- 2、第二是各类营销咨询、培训、传播等专业服务机构的专业人士；
- 3、第三是各类大中专院校市场营销和工商管理专业的师生及研究人员。

二、产品定位

- 1、**专业、前瞻：**坚持以引进外国权威版权图书为主，并对中国企业未来数年的持续发展保持一定的前瞻性指引；
- 2、**实战：**一是每本图书的观点、方法、工具和案例等均来自于中外知名企业实践总结；二是每本图书均能够指导中国企业当前和未来数年的营销实践；
- 3、**工具：**为了提高中国营销人员的专业化水平，方便大家的日常工作，派力陆续出版了近百本几乎涵盖营销所有职能和岗位的案头工具类图书；
- 4、**教材：**针对企业销售和服务人员多、更新快的特点，派力陆续出版了几十本专业销售和服务技能培训教材，方便企业选用内部培训教材；同时，也陆续为职业培训师群体出版了十多本“职业培训师系列”；为大学市场营销和工商管理专业师生提供数本外版经典教材。

三、品类指引

图书品类	目标读者	品类简介
个人成长与职业发展系列	所有年轻营销从业人员	针对所有年轻从业人员个人成长和职业发展的启蒙指导
战略管理及经营管理系统	企业管理人员	中国当前及未来数年需要的战略和经营管理理念、思维、方法、工具、案例和教材
电子商务与社交媒体营销传播系列	营销、销售、传播及媒体从业人员	在社会化媒体时代，如何利用各种新媒体工具进行精准互动的营销、销售、传播和服务工作
市场营销系列	市场营销人员	中国当前及未来数年需要的各种营销理念、方法、工具、案例和教材
行业及细分市场营销与销售系列	行业营销和销售人员	针对某些行业的营销和销售理念、方法、工具、案例和教材
客户服务系列	客户服务人员	中国当前及未来数年需要的客户服务理念、方法、工具、案例和教材
品牌传播系列	品牌传播人员	中国当前及未来数年需要的品牌传播（品牌、广告、公关等）理念、方法、工具、案例和教材
销售技能系列	销售人员和培训讲师	中国当前和未来数年需要的各种销售理念、方法、技能、案例和培训教材
销售管理系列	销售管理人员	中国当前和未来数年需要的销售管理理念、方法、工具、案例和培训教材
职业培训师系列	职业培训师和企业内训师	针对职业培训师和企业内训师的专业工具和培训教材
派力营销多媒体培训课程系列	基层销售和服务人员	针对几类销售和服务新手岗位技能多媒体入门培训教材

备注：具体书目请查阅本书正文最后一页《派力营销图书》书目或登录www.pilot-marketing.com.cn。

北京派力营销管理咨询有限公司
2016年1月1日

《派力营销图书》2016年书目

序号	书 名	作者	定价
一、个人成长与职业发展系列			
335	8小时经理人情商课：企业领导者的必修课	戴尔·科菲 迪尔德丽·默里	¥30.00
311	质问力：新时代人生和商界成功宝典	大前研一	¥30.00
302	博恩·崔西重塑自我：如何通过重塑自我实现幸福人生	博恩·崔西	¥35.00
301	博恩·崔西口才圣经：如何在任何场合说服任何人	博恩·崔西	¥35.00
220	营销人生存手册：为你提供从士兵到将军的实战指导	刘春雄 戴鑫 郭旭	¥39.50
二、战略管理及经营管理系列			
321	30天学会MBA：世界一流商学院十二门浓缩课程	科林·巴罗	¥68.00
313	如何避免商业上的43个错误	邓肯·班纳坦	¥35.00
312	好妈妈会赚钱：女人创业5步骤	艾米·拜伦 丹尼尔·博特瑞尔	¥39.50
309	转型：新时代的企业经营之道与成功案例	彼得·菲斯克	¥50.00
296	商业的奥秘：是什么、做什么、怎么做？	萨莎·加布尔雷斯	¥59.50
274	让平凡人做出不平凡业绩：中国企业人力资源必读书	刘春雄 金焕民	¥55.00
263	商业天才：透视全球36家顶尖公司经营秘诀	彼得·菲斯克	¥55.00
三、电子商务与社交媒体营销传播系列			
355	社会化营销20：通过改进社会化营销流程永远留住你的客户	里克·德拉贡	¥40.00
353	数字时代：互联网如何改变着我们身边的一切	西蒙·庞特	¥59.00
352	移动营销：移动互联网技术带给营销、销售和传播的巨变	丹尼尔·罗尔斯	¥58.00
351	社会化媒体时代的直效营销：互联网时代如何运用iDirect和iBranding互动营销方式实现低成本、高回报	斯坦·拉普	¥45.00
350	高级数据库营销：互联网时代持续提高客户终身价值的全新方法与实践	克里斯托弗·库斯曼特 凯恩 W.博克斯考特 A.奈斯林	¥70.00
345	零售革命3.0：零售商该何去何从——实体店销售、网上销售还是双管齐下	科尔·莫伦纳	¥45.00
342	内容营销：有价值的内容才是社会化媒体时代网络营销成功的关键	索尼娅·杰斐逊 莎伦·坦顿	¥50.00
339	互联网直销：零成本的E-mail法则（第二版）	乔·维塔尔 约翰·莫	¥45.00
333	精准营销：社会化媒体时代企业传播实战指南	桑德拉·佐拉蒂 李·加拉赫	¥50.00
324	社会化媒体时代的口碑营销：苹果iphone、亚马逊Kindle在互联网时代风靡全球的营销秘密	亚历克斯·戈德费恩	¥45.00
320	互联网时代的新营销：理念·原理·方法·工具·案例	约翰·韦斯特伍德	¥45.00
317	数字营销：世界最成功的25个数字营销活动	达米安·瑞安 卡尔文·琼斯	¥35.00
308	粘性营销：新时代的营销圣经	格兰特·勒伯夫	¥35.00
四、市场营销系列			
348	低成本快营销：针对中小企业的101个实效营销创意（第二版）	安德鲁·格里菲斯	¥45.00
346	HUMBLES完美产品设计法：以用户为中心的产品设计	弗朗塞斯·阿拉加尔 霍尔迪·蒙塔纳	¥50.00
341	营销大师：宝洁、联合利华、通用电气、美国运通等世界顶级营销大师持续成功的秘籍	迪克·马丁	¥58.00
340	植入式营销：利用名人的力量速成和增值你的品牌	苏珊·艾什布鲁克	¥48.00
337	30天学会MBA（市场营销学）：世界顶尖商学院市场营销学的12门核心课程	科林·巴罗	¥60.00
332	优质低价：小微企业的经营智慧与营销宝典	艾琳·沃贝 萨拉·佩蒂	¥38.50
329	精英消费：新时代的精英消费者研究及销售秘诀	吉姆·泰勒 史蒂芬·克劳斯 道格·哈里森	¥39.50

322	8小时学会市场营销：写给繁忙经理人和初学者的营销实用指南	加里·海因斯 罗南·莫里斯	¥29.50
316	性别、设计与营销：如何根据性别差异进行设计和营销	格洛丽亚·摩斯	¥49.50
310	购物者营销：如何把进店购物者变成实际购买者	马库斯·斯塔塔博格 维尔·梅拉	¥45.00
280	营销经理手册：中国营销经理入门宝典	屈云波 王婵龙	¥75.00
278	市场细分：市场取舍的方法与案例	屈云波 张少辉	¥45.00
273	击败低价对手：优质品牌如何应对低价竞争者	阿德里安·瑞安斯	¥52.50
269	客户天才：打造客户型企业的全新蓝图	彼得·菲斯克	¥65.00
267	营销人员薪酬与考核：中国营销经理和咨询顾问的案头工具（第三版）	郑宏 廉鹏飞	¥49.50
266	营销执行：中国营销经理和咨询顾问的案头工具（第二版）	胡利杰 田宇	¥45.00
262	营销指标：公司高管和营销经理必须掌握的120个管理工具	王林建 王志勇	¥49.50
258	营销分析实务：营销经理和市场研究经理的专业工具！（第五版）	唐纳德·勒曼 拉塞尔·威纳	¥50.00
257	营销红皮书：中国营销全貌释疑与记录	刘春雄 金焕民	¥75.00
243	营销方法：来自市场营销专业机构的105个实用营销方法与工具（第三版）	屈云波 李奕霏 黄盛	¥100.00
240	营销企划手册：已经被50万中国营销人使用的营销企划工具书	屈云波 郑宏 张平淡	¥75.00
230	5E营销：世界级消费品品牌已广为采用的最新营销方法	马歇尔·科恩	¥35.00
225	营销天才：引领中国营销学习方向	彼得·菲斯克	¥65.00
五、行业及细分市场营销与销售系列			
349	泛家居行业经销商经营管理实战手册	盛斌子	¥45.00
345	零售革命3.0：零售商该何去何从——实体店销售、网上销售还是双管齐下	科尔·莫伦纳	¥45.00
330	零售冠军：新时代零售商赢得成功的10个黄金步骤	克莱尔·雷纳	¥46.50
325	做自己的教练：医药代表的五把利剑（第二版）	仲崇玉	¥35.00
323	零售店销售游戏和竞赛手册：零售商的好帮手和赚钱利器	哈里J.弗莱德曼	¥49.50
318	电动车销售话术：足以把汽车卖出去	张小虎 王荣耀 黎永生	¥35.00
297	出奇制胜：泛家居营销“非常术”	盛斌子	¥35.00
290	零售宝典：美国西尔斯百货销售培训	帕姆·阿胡雅	¥30.00
286	儿童生意经：中外儿童市场全貌及成功案例	岑丽莹	¥50.00
285	专业服务营销：世界顶级服务型公司的成功之道	迈克·舒尔茨 约翰E.杜尔	¥58.00
六、客户服务系列			
344	卓越服务：使客户服务从平庸到卓越的七个简单方法	史蒂夫·科廷	¥38.50
343	客户服务救生包：如何解决客户服务中的棘手状况，圆满化解不愉快的客户消费体验	理查德·加拉格尔	¥38.50
298	客服的奥秘：当代美国客户服务业全景纪实	埃米莉·耶林	¥45.00
289	顾客买的是服务：掌握提升顾客满意度的关键	諏访良武 北城格太郎	¥35.00
269	客户天才：打造客户型企业的全新蓝图	彼得·菲斯克	¥65.00
251	客户服务：面向21世纪的客户指导手册（第三版）	雷内·埃文森	¥65.50
248	完美服务：确保完美服务的101个方法	罗伯特W.卢卡斯	¥39.50
247	赢得回头客：赢得回头客的60条成功法则，《财富》500强公司已广为采用	基思·贝利 卡伦·利兰	¥35.00
七、品牌传播系列			
347	品牌命名：世界知名品牌背后的故事(第二版)	史蒂夫·里夫金 弗雷泽·萨瑟兰	¥50.00
287	完美营销：中小企业品牌营销3步骤	詹姆斯·康纳	¥35.00
270	中外危机公关案例启示录	岑丽莹	¥55.00

249	金牌创意：低成本的实效营销和广告创意指南	杰伊H.海曼	¥35.00
246	超级说服：高手们不想让你知道的营销和影响力绝密	戴夫·拉克哈尼	¥30.00
241	提前思考下两步：大型广告公司向你隐瞒的营销实战秘诀	本·麦克	¥39.50
83	品牌智慧：品牌战略实施的五个步骤（第二版）	杜纳E.科耐普	¥35.00

八、销售技能系列

356	神经学销售：用客户舒服的方式沟通和销售	西蒙·黑兹尔戴恩	¥55.00
336	8小时学会成功销售：写给繁忙销售人员、销售经理和企业老板的销售实战指南	罗南·麦克马拉	¥30.00
334	高利润销售：美国销售达人的销售秘笈	马克·亨特	¥50.00
331	训练销售冠军：世界500强公司“从接触到签单”的432条销售秘籍	戴安娜·布尔	¥45.00
328	销售灵魂：让销售业绩与人生价值完美结合的全新理念（第二版）	卡罗尔·科斯特洛	¥40.00
326	情感销售：21世纪销售精英真正的杀手锏	克里斯托弗·格里斯	¥38.00
319	销售攻心术：派力专业销售话术大全	季祥 吴鸽	¥37.50
315	销售代表实战手册：销售新手培训金典	季祥 董骞	¥49.50
305	电话销售魔法：将约见成功率瞬间提升7倍的绝对法则！	吉野真由美	¥25.00
291	比你的对手更赚钱：摆脱低价竞争的高利润销售法则（第二版）	劳伦斯L.斯坦梅茨 威廉T.布鲁克斯	¥40.00
288	催眠推销法：全新而有效的销售与营销心理学（第二版）	乔·维托	¥35.00
284	销售教练：如何在日常工作中训练你的销售人员（第二版）	派力营销培训教材编写组	¥40.00
281	导购代表手册：中国导购精英教练手册	冯海 张少辉	¥35.00
279	专业销售：专业销售培训教材	周静利 吴婷	¥35.00
265	顾客抱怨成就销售冠军：把顾客抱怨变成你最强的销售工具！	菊原智明	¥30.00
261	业务员工具书：一线销售人员实用工作手册（第三版）	历练 雷达	¥50.00
244	销量狂飙：全球最畅销的大订单销售培训课程	帕特里柯·埃文斯	¥27.00
239	训练销售精英：分享宝洁中国最高级别中方销售总监成长感悟（第三版）	孔雷	¥39.50
216	如何搞掂难缠的客户：与难缠客户（SOBs）打交道的10个有效策略	戴夫·安德森	¥35.00
215	发现你的销售力量：挖掘销售机会的九条法则，倍增销售业绩的十二条途径（第二版）	杰·亚伯拉罕	¥35.00
214	提问销售法：告别传统销售模式，双倍提升你的销售业绩（第二版）	托马斯·福瑞斯	¥37.50
208	探索式推销：职业销售的12条黄金法则	奥马尔·佩鲁	¥40.00

九、销售管理系列

314	销售经理：中国销售经理进阶培训手册	金丹 屈云波	¥65.00
307	销售变革：通过变革促进销量大幅提升的107个秘诀	布雷特·克莱	¥45.00
282	销售管理：知识、方法、工具与案例大全	李俊杰 蔡涛涛	¥75.00
276	销售经理工具书：21大类实用技能 482个贴身工具（第三版）	吉恩·嘉佛罗	¥49.50
268	渠道激励：中国企业营销制胜的核心利器	盛斌子 吴小林 冯海	¥37.50
259	销售人力资源管理：如何选育用留顶级销售人才（第三版）	赫伯·戈瑞伯格 哈罗德·威斯特 帕特里克·斯沃恩	¥39.50
252	区域经理实战手册：直击区域经理的职业成长轨迹（第三版）	黄坤	¥45.00
250	王牌销售团队：送给销售经理和公司高管的实战手册	基思·罗森	¥45.00
245	金牌销售经理：发现、训练和领导销售人员的行动指南	罗恩·马克斯	¥32.50
226	销售指标：每个销售经理和绩效考核主管都应该掌握的销售绩效管理工具！	王林建 丁彦之	¥39.50
207	销售经理终极指南：全面革新销售经理的管理及工作方法	约翰·克里姆森	¥40.00

十、职业培训师系列			
354	交互式培训：让学习过程变得积极愉悦的成人培训新方法（第二版）	哈罗德 D. 斯托洛维奇 艾瑞卡 J. 吉普斯	¥ 50.00
338	巧用故事做培训（第2季）：用故事和比喻的形式大幅提高学习成效	玛格丽特·帕金	¥ 45.00
323	零售店销售游戏和竞赛手册：零售商的好帮手和赚钱利器	哈里 J. 弗莱德曼	¥ 49.50
304	巧用故事做培训：以故事和比喻的形式助推学习进程	玛格丽特·帕金	¥ 35.00
303	交互式培训：让学习过程变得积极愉悦的成人培训新方法	哈罗德 D. 斯托洛维奇 艾瑞卡 J. 吉普斯	¥ 35.00
299	户外培训游戏金典：63个经典游戏，助您大幅提高培训效果	卡曼 M. 康萨瓦罗	¥ 35.00
295	专业培训大全：英国最新职业培训全书	凯伊·索恩 大卫·麦基	¥ 45.00
293	客户服务培训游戏：帮你轻松建立良好客户关系	格拉汉姆·罗伯茨·菲尔普斯	¥ 35.00
292	赢在培训：提升培训活力的150个游戏	马丁·奥林治	¥ 39.00
254	团队建设游戏教练手册：全球众多著名机构优选课程（第二版）	哈里森·斯诺	¥ 35.00
205	培训师的灵感：即兴发挥的艺术（第二版）	保罗 Z. 杰克逊	¥ 37.00
204	培训游戏大全：使你成为最受听众欢迎的培训讲师（第二版）	朵妮·秦百玲 莎丽·蔚丝	¥ 40.00
202	培训学习手册：全球500强广为推崇的快速学习法（第二版）	大卫·梅尔	¥ 40.00
201	培训师进阶手册：提升职业培训师培训技能的万全之书（第二版）	凯·索恩 大卫·麦基	¥ 35.00
200	培训探秘：培训师指导手册（第二版）	盖瑞·凯朗特	¥ 40.00
199	游戏比你说话：演讲、会议、培训、交际游戏大全（第二版）	爱德华·斯坎奈尔 约翰·纽斯特洛姆	¥ 35.00
171	培训师的工具箱：新培训师的入门手册，老培训师的随身工具（第二版）	盛晓东 赵琼	¥ 36.00
十一、多媒体培训课程系列			
课程名称		定价	
		个人版	企业版
面对大型零售客户的销售技能		¥ 280.00	¥ 480.00
专业销售技能I——面对消费品行业		¥ 280.00	¥ 480.00
专业销售技能II——面对工业品行业		¥ 280.00	¥ 480.00
售后服务技巧		¥ 280.00	¥ 480.00
营业员销售与服务技巧		¥ 280.00	¥ 480.00
餐饮服务技能		¥ 280.00	¥ 480.00

备注：以上图书均为零售定价，如需邮购须另加15%邮资费（注：2010年1月1日以前出版的图书免邮资费）。

汇款方式如下（请给我们发传真或电子邮件，确认您所购的图书书名、定价及册数）：

（一）银行卡转账

交通银行北京东大桥支行

卡号：6222 6009 1006 1336 812

户名：屈小伟

中国农业银行北京分行朝阳支行营业部

卡号：6228 4800 1002 9627 717

户名：屈小伟

（二）公司账户付款

户名：北京派力营销管理咨询有限公司

开户行：北京银行朝外支行

账号：0109 0366 3001 2010 8071 126

公司联系方式：

地址：北京市朝阳区朝外大街22号泛利大厦1602室

电话：010-58790338、65887818

传真：010-58797838

客服邮箱：cs@pilot-marketing.com.cn

投稿邮箱：book@pilot-marketing.com.cn

网址：www.pilot-marketing.com.cn

专业营销领航者

——派力营销咨询业务简介

专注营销

23年历史

深度服务100余家知名企业

85%取得惊人业绩成长

一贯拒绝浮躁、虚夸、唯利和短视

追求营销真专家

派力部分典型客户 (1994-2015)

快速消费品行业:



耐用消费品行业:



工业品行业:



金融、服装、医药等行业:



Pilot 派力营销咨询

专业营销领航者

通讯地址: 北京市朝阳区朝外大街22号泛利大厦1602室

邮编: 100020

联系电话: 010-58790338、65887818

传真: 010-58797838

客服邮箱: cs@pilot-marketing.com.cn

网址: www.pilot-marketing.com.cn