

02-01-01 案例-赢在技术的销售冠军

小戴是湖南竞网科技有限公司（长沙百度总代理，简称湖南竞网）的一名销售员。2008年从学校毕业后，小戴应聘到公司的网页设计师岗位，业绩一直非常突出，连续三个季度蝉联公司的“客户最满意设计师”荣誉称号。但他不满足已取得的成绩，2009年2月，他主动要求转型到更具挑战性的销售员岗位。当时，公司的不少领导和同事都为他惋惜和担心。但出人意料的是，从2009年2月7日加入销售部开始销售百度搜索推广产品，到进销售部的50天里，小戴竟然完成了24单业务，荣获了百度公司华东地区（包括9个省）第一季度销售冠军，并在3月以19单的业绩打破了公司单月16单的最高纪录。6月小戴再次荣获湖南竞网销售冠军，并蝉联公司第二季度的销售冠军。现在，小戴已经成为这个在湖南地区首屈一指、员工规模近千人的互联网公司平台事业部的运营总监了。

在百度北京总部成功经验的分享大会上，小戴认为良好的技术背景是他获得成功的关键——“那一年的设计师经验给我的销售打开了很多绿灯。我的销售业绩，并不是完全依靠电话营销，网络技术的利用和客情关系的维护，给我带来了许多忠诚客户”。他还进一步谈到：“我跟很多销售人员的销售方式略有不同，大多数同事仅仅向客户讲解为什么要做网络推广。而我除了这点，还会向客户讲解网站建设方面的知识。当遇到建有自己网站的客户，我会站在客户的角度帮他分析当前的网站问题，网站如何做才能更好地进行营销，并努力帮助客户完善他的网站。即使客户最后因为某种原因没有与我合作，他也会毫不犹豫地把他朋友介绍给我。正是因为对技术的了解，对客户全方位需求的了解，我才能用我的专业知识打动客户，从而获得更多的客户资源。”

小戴认为，在中国大部分销售人员因为缺乏必要的技术背景，只能充当传统产品推销员的角色，而网络产品用户需要的是一个网络技术方案的提供者。能从技术角度对企业的网站和营销推广进行合理诊断，并提出令人信服并颇具价值的解决方案——这种“顾问式营销”比“产品推销员”更受欢迎，这是小戴的切身感受。

有一次，小戴问自己的一位客户：“为什么之前有那么多百度的销售人员和您联系，您最后却选择了我？”这位总经理回答得很简单“他们不懂我们的业务，不知道什么样的网站对我们有帮助，但是你懂得。你会站在我们的角度，告诉我们网站如何建，用什么程序，用什么色系，如何更好地提升企业形象”。客户的回答进一步让他意识到了技术服务的重要性。

最后，这位销售冠军用一句话结束了他的经验分享：“技术打造优势，服务创造市场！”

（资料来源：戴明成，湖南竞网科技有限公司，2015-03）