

<<销售的奥秘>>

图书基本信息

书名：<<销售的奥秘>>

13位ISBN编号：9787111184034

10位ISBN编号：7111184033

出版时间：2006-2

出版时间：机械工业出版社

作者：汤姆·霍普金

页数：280

字数：348000

译者：李莹

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<销售的奥秘>>

### 内容概要

不管你是销售产品、观点，还是销售你自己，说服别人都需要一个基本的技巧。

本书用真实的事例和各种窍门，告诉你销售成功所应具有的基本因素，同时还强调了因特网的作用，侧重于提高人们的技能。

本书能够帮助你赢得更多的尊重、获得更多的财富、赢得更多人的认可、获得朋友和家人的认同、在谈判中获得更大的主动、赢得更多的销售，从而使你的生活充满快乐和满足。

## <<销售的奥秘>>

### 作者简介

汤姆·霍普金斯 (Tom Hopkins) 是销售成功者的最好例证。

在27岁时，霍普金斯就成了百万富翁， he 现在是汤姆·霍普金斯国际公司（世界上最大的销售培训机构之一）的主编

汤姆·霍普金斯还写了其他的九本书，包括阿呆《销售展望》和阿呆《销售终结论》，还有最畅销的《掌握

## &lt;&lt;销售的奥秘&gt;&gt;

## 书籍目录

引言 关于本书 谁需要阅读本书 如何使用本书 本书的组织结构 本书所用的图标 如何起步 第一部分 销售的艺术 第1章 你不需要花格呢运动衫 何谓销售 怎样销售 销售技巧能为你带来什么 第2章 七步销售环节 第一步：预测 第二步：初步接触 第三步：资格审查 第四步：产品展示 第五步：解除顾虑 第六步：结束销售 第七步：获得连环客户 第3章 让销售成为你的嗜好：态度决定一切 对你的工作满意度保持长远坚定的观念 知道是什么把爱好与工作分离 积累知识以待辉煌 知道学习曲线的规律：从毛毛虫到蝴蝶的蜕变 销售客户想要的东西 第二部分 做家庭作业 第4章 不明白客户所需，将会使你丧失成功的机会 了解调查的重要性 从零开始：完全了解你的客户 与不同类型的客户打交道 了解独特的文化需求 消除客户的害怕心理 聪明地措辞 知道如何倾听客户的讲话 第5章 了解你的产品 你需要知道什么 如何获取所需信息 第6章 让技术为你服务 了解你对“新经济”的适应能力 运用技术让生活变得简单，而不是更复杂 第三部分 销售活动剖析 第7章 发现需要你产品的潜在客户 发现金子：知道如何开始 找到合适的人：已经证明可行的方法 第8章 与潜在客户约见并使其舒心 联系潜在客户的基本要素 首次通过电话联系你的潜在客户 与难捉摸的决策者接触 第一印象至关重要 与潜在客户建立和谐关系 让潜在客户喜欢并信任你 零售时知道如何与潜在客户搭话 找到共同话题 第9章 对客户进行资格审查 从邈远的电视侦探处获得销售诀窍 对潜在客户进行资格审查的具体细节 质疑你的成功方式 第10章 赢得展示产品的机会 不仅是一只脚踏进门槛 产品展示的基础知识 让产品成为中心 掌握视觉的艺术 向潜在客户展示产品 避免失败的产品展示 第11章 解除客户的顾虑 读懂客户发出的信号 运用简单策略解除客户顾虑 解除客户顾虑时的“应该”和“不该” 解除客户异议的六个简易步骤 第12章 结束销售 有时你需要做的就是进行询问 使用结束性问题和语句 克服客户的迟疑和恐惧 第13章 从现有客户获得连环客户 何时何地你会获得连环客户 获得连环客户的七个步骤 如何与连环客户订立约见 第四部分 拓展你的业务 第14章 进行后续服务并保持接触 何时（对谁）进行后续服务 如何进行后续服务 致谢条的重要性 把后续服务的结果最大化 第15章 应用因特网获取更多机会 因特网对销售的正面影响 让因特网为你服务 第16章 有效地安排时间 投资于时间，而不是进行花费 花时间对时间作出安排 节约时间规划未来 知道何时何地如何进行安排 组织好工作环境 避免常见的时间陷阱 如何应付被打扰 第五部分 你不可能事事如意 第17章 正确对待失败和拒绝 找到激励你的因素 找到阻碍你前进的因素 战胜失败 第18章 设立目标并为之努力 设立现实有效的目标 把大目标分解成小目标 把目标书面化 实现目标时该做什么 第六部分 十大秘诀 第19章 十个严重的销售错误 不理解什么是销售 期待事情自行发展 说的太多，听的不够 用了导致销售失败的词语 不知道何时结束销售 不知道如何结束销售 缺乏真诚 对细节重视不够 任由自己消沉 没有与客户保持联络 第20章 十种提高销售量的方法 做好准备 留下良好的第一印象 迅速判断对方能否成为你的客户 进行产品展示时要满怀激情 彻底地消除疑虑 确认所有的事情 询问客户的决定 把别人的经历告诉客户 持之以恒 成为产品的“产品” 第21章 十条掌握销售艺术的途径 应用探寻的态度 拥有现实的期望 保持开放的心态并乐于改变 练习、实践和评价新技巧 把新的销售技巧个性化 约束自我 对结果进行评价 做好成功笔记 从每一次销售活动中获取经验 作出许诺 第22章 职业销售者的十种特征 强烈地向别人证明某种东西的欲望 对他人感兴趣 信心和能力 与客户心心相通 注重目标的实现 坚持实施每日计划 逆境下仍保持进取心 积极的态度 认识到人的因素比钱更重要 注重对心灵的投资 第23章 十种高级结束法 期望法 公司效率法 生命中最美好的事物法 否定法 失败销售法 慈母销售法 十次销售法 买方伤心法 未列入财政法 拿走法 第24章 十个最好的专业销售网站 汤姆霍普金斯国际公司 (www.tomhopkins.com) 饥渴的心 (www.hungryminds.com) 紧密联系网站 (www.wellconn.com) 国际演讲协会 (www.toastmasters.org) Corpedia教育公司 (WWW.corpedia.com) infoUSA网站 (www.infousa.com) 胡佛在线 (www.hooveronline.com) 泽格勒培训公司 (www.zigziglar.com) 销售力杂志 (www.sellingpower.com) 客户管理系统网站 (www.salesforce.com) 附录 推荐资源 体能 情绪 精神 / 关系 财政 销售 销售管理



## <<销售的奥秘>>

### 媒体关注与评论

“汤姆棒极了。  
……关键在于他说出了销售是业务和所有人生目标的本质所在。  
”——司各特·德加莫，《成功杂志》主编 “每个人都应该学  
会的最重要的技巧就是销售，汤姆·霍普金斯是这方面的权威。  
”——彼得·罗威，《成功》培训讲座的创始人

<<销售的奥秘>>

编辑推荐

其它版本请见：《销售的奥秘》

<<销售的奥秘>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>