

<<世界上最成功的销售方法2>>

图书基本信息

书名：<<世界上最成功的销售方法2>>

13位ISBN编号：9787121122378

10位ISBN编号：7121122375

出版时间：2011-4

出版时间：电子工业出版社

作者：诺瓦尔·霍金斯

译者：刘伟

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>

## <<世界上最成功的销售方法2>>

### 内容概要

《世界上最成功的销售方法2》以充实的事例阐述这样的事实,无论你从事什么职业,只有通过有效的运用推销术,持续不断的增加自己的成功条件并高校的完成一切工作,你的成功才能得到保障,同时,全书介绍种种正确运用推销术以提升自身价值和亲和力的方法和途径。

## <<世界上最成功的销售方法2>>

### 作者简介

诺瓦尔·霍金斯（Norval A. Hawkins），注册会计师，因亨利·福特的赏识而加盟福特公司，并逐渐成为该公司的营销总监，主持组建T型车的全球营销部。其独具一格的营销思想和销售策略，迅速使福特公司一举成名，短时间内即成为当时第一流的汽车公司，实现了福特“人人拥有一部汽车”的梦想，也为人类开创了一个“汽车时代”。

正是在这一过程中，霍金斯提出了“销售流程”的概念（即本书所传达的主要思想），它使福特及其团队认识到了自己光明的未来。

之后，霍金斯为通用汽车的董事局主席皮埃尔·杜邦所看重，促使其离开福特，并加盟通用汽车，主持雪佛兰的销售工作。

其前沿的销售理念和方法再一次发挥了神奇的效能，使通用于1927年超过福特，成为世界第一大汽车公司。

霍金斯生平著述主要有两本，即《世界上最成功的销售方法》（Selling Process）和《世界上最成功的销售方法》（Certain Success）。

凭借霍金斯本人的巨大成就，以及两书所阐述的价值非凡、易于学习和操作并高度实用的销售方法，使这两本书成为美国乃至世界第一流推销员所推崇的必读圣经，为全球销售培训机构所广泛看重。

## <<世界上最成功的销售方法2>>

### 书籍目录

前言如何学习本书第01章 为什么有些人必然成功，有些人却注定失败1.为什么应该成功的人却总是失败2.善于推销自己，才能拥有成功的机会4.你的潜能是最值得你推销的商品5.推销自己最大潜能的三种媒介6.熟悉销售流程，抓住每一个销售良机第02章 让自己成为最受买主青睐的“商品”1.“小人”也能成功的时代已经成为历史2.重塑你的人格，开发你的潜能3.销售大师所具有的基本素质4.通过必要的改变来提升自己5.卢瑟伯班克方法6.让行动去表达自己的想法7.正确地开发大脑8.有针对性地训练你的身体9.精神开发的三个步骤10.无论缺乏什么素质，你都可以开发出来第03章 自我推销的技巧1.销售技巧能使成功变得更加容易2.运用心理暗示和情感诱导“征服”老板3.销售用语应符合四个原则4.自我表达的第二种手段——语调5.容易引起老板反感的说话坏习惯6.学会使用身体语言7.身体动作8.本章只是销售艺术研究的开端第04章 不打无准备之仗，为成功做好准备1.“不打无准备之仗”2.为了必然的成功，你一定要有所准备3.要以服务买主为目标去进行准备工作4.随时随地让每一个人感到愉快5.不可或缺的“圆滑”第05章 积极寻找成功的希望1.如何更多、更好地增加成功的机会2.调查研究很重要3.在任何地方你都可以获得成功4.调查买主的需求，乐于为买主提供服务5.学会分析买主的个性特点6.如何赢得持续成功7.本章小结第06章 获得拜访老板的机会1.制定完备的销售方案，掌控主动2.懂得如何展现自己的独特价值3.为买主提供优质的服务4.与众不同者才能获得成功5.获得老板青睐有更好的方法6.充分准备，应对拒绝7.成功接近老板的四要素第07章 正确地评估老板1.能够反映一个人性格的真正信号2.融化老板不友好的坚冰3.成为评估他人的行家里手4.如何了解人们在某个特定时刻的思想和情感5.学会观察征兆信号6.发现老板的思维敏捷程度、理解能力和接受速度7.手势或语调的不同，代表的含义也不同第08章 激发老板对自己的兴趣1.多做准备才能减少失败的几率2.如何“强迫”老板来“开门迎客”3.持续地吸引老板的注意力4.不落俗套的方法能更有力地刺激老板的感官5.站在对方的角度想问题6.学着用老板熟悉的语言来表达7.拥有受人欣赏的优点8.只做能给人留下良好印象的事情第09章 让老板迫切地需要自己1.让老板需要自己只是迈出了第一步2.如何让老板迫切地需要自己3.首先，要让老板喜欢你4.运用好暗示的方法，能更有效地征服老板5.暗示性方法有非常强的说服力6.运用暗示性方法时应尽量避免的一些错误7.赢得老板的信赖第10章 扫清前进道路上的障碍1.老板提出异议时正是你的机会2.将老板的异议变成销售的帮手3.如何应对表面上的异议4.灵活机智地处理阻碍，化解异议5.老板为什么提出异议6.如何不引起老板反感，又能维护自我立场7.足智多谋是最重要的品质第11章 成功地实现目标1.不要让到手的成功溜走2.像求婚一样向老板证明你是一个好员工3.让老板接受你的优点，忽略你的不足4.怎样使老板对你的话深信不疑5.结束销售流程的两个步骤6.让老板做出有利你的决定7.让自己变得光辉灿烂8.最有效地完成销售流程的结束阶段第12章 成功之后更需努力1.成功也可能是走向失败的绊脚石2.人生如逆水行舟，不进则退3.持续不断地积累，建造你的“成功大厦”4.每一个目标都是你的新起点

## <<世界上最成功的销售方法2>>

### 章节摘录

假如一个人获得了一个机会的话，他也许不会令“客户”感到失望。他也许知道哪些地方非常需要自己去施展才华，而且还知道只要对方认识到了自己的才华，他们一定会非常欣赏自己。

但是，无论他付出多么大的努力争取，机会之门也许始终不会为他敞开。

这时候，他的失败似乎完全是不公平的——是命运所造成的、令人极为恼火的不公平。

如果一个人知道自己完全有能力胜任一个更高的职位，那么，在申请这个职位的时候，他会充满自信。

但是，他真实的能力也许并不会得到上司的认可。

因此，尽管他有充分的理由相信自己能够胜任一个更高的职位，但他渴望已久的升职机会可能会化为泡影。

如果他在工作中的成就和努力的争取无法为自己赢得一个晋升的机会，那么他将会变得灰心失望，从而失去对工作的热情和对生活的乐观。

一段时间之后，他的雄心壮志就会消磨殆尽。

最后，闷闷不乐、黯然神伤的他会承认自己是一个失败者，但却认为这并不是自己的错。

事实上，如果不去考虑极其例外、无法预料的命运对人生造成的消极影响，那些本来可以获得成功的人都应该为自己的失败承担起全部的责任。

他们认为自己是环境或者命运的牺牲品，然而事实并非如此。

他们的失败是因为他们忽视了成功秘诀四个要素中的第一个要素。

他们虽然拥有了成功的潜力，但却没有具备成功者必须具备的一种充满活力的品质。

他们缺乏那些自力更生的成功者所具有的一种基本特征：通过自己的争取获得成功的机会——这是一种更高层次上的能力，但是任何一个智力正常的人都可以通过学习培养出这种能力。

会——这是一种更高层次上的能力，但是任何一个智力正常的人都可以通过学习培养出这种能力。

&hellip;&hellip;

## <<世界上最成功的销售方法2>>

### 编辑推荐

诺瓦尔·霍金斯毫无疑问是推销界的天才。他从一个普通的注册会计师，一跃变成福特的全球营销总监，并担负起当时最伟大的汽车销售项目——T型车的销售，其最终的成就令全球瞩目。而后，他再次加盟通用汽车，领衔雪佛兰项目，令福特再也无法专美于前，使通用一跃而起，成为世界第一大汽车公司。

霍金斯的推销秘术是什么？

我们可以从他两部重量级的著作中窥得一斑。

在《世界上最成功的销售方法》中，霍金斯创建了一个“销售流程”，从而使销售如同流水线一样可以操作，可以控制。

为后人树立了一种按计划、有步骤实施销售目标的营销典范。

而在《世界上最成功的销售方法2》中，则全面揭开了塑造最伟大推销员的秘密。

正如《世界上最成功的销售方法2》的英文书名所展示的那样：必然成功。

这就是霍金斯之所以必然成功的秘密，同样，也会是学习《世界上最成功的销售方法2》的任何推销员必然成功的秘密。

一种令销售业绩奇迹般增长132倍的方法，一种培养和修炼顶级推销员的高级训练教程，为什么有些人必然成功，有些人却注定失败？不同于《世界上最成功的销售方法2》的姊妹篇《世界上最成功的销售方法》，霍金斯在这儿传授的乃是一个伟大推销员自我养成的技巧。

现在，你将要推销的商品将是这个世界上最有价值的东西——你自己。

真正的成功推销，首先要将自己推销出去，然后才是销售商品。

每一个希望获得成功的人都必须要知道如何最有效地推销自己。

无论你处在任何一个行业、从事任何一种职业或者经营着任何一种生意，都可以肯定地说，不善于推销自己将会给你的理想和希望造成致命的打击。

霍金斯将自己成功地推销给福特，推销给通用汽车。

他能，你也能！销售，一份公次总统的伟大职业。

任何人都没有权利不去成功，成功是你责无旁贷的义务。

销售，最重要的是推销自己的能力和才华！

一个伟大推销员必备和首要的能力，就是先将自己卖出去。

让你的客户——无论是自己的老板，还是产品的用户——相信你这个人，认可你这个人。

史上最经典的推销员培训课程。

世界第一流推销员所推崇的销售圣经。

福特全球营销总监的自我推销方法。

<<世界上最成功的销售方法2>>

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>