

<<销售NO.1你是怎么说的>>

图书基本信息

书名：<<销售NO.1你是怎么说的>>

13位ISBN编号：9787209050517

10位ISBN编号：7209050515

出版时间：2009-10

出版时间：山东人民出版社

作者：吉野真由美

页数：190

字数：100000

译者：陈菁

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NO.1你是怎么说的>>

### 前言

这个世界上最难的谈判是什么？

“谈判”一词听上去像是专业人士的事情，其实在我们的生活中处处有着它的踪影。

例如：“能不能把我的工资涨到××万日元？”

”这是请求加薪。

“跟我结婚吧！”

”这是求婚。

“我想成功完成这个项目，请给我投资。

”这是请求资金援助。

“你能把烟戒掉吗？”

”这是提出期望。

“从下个月开始零用钱只给你××万日元。

”来自妻子的要求。

“这个价格不能低于××日元吗？”

”这是在砍价。

以上事例实质上全都需要进行谈判。

人们每天的日常生活，很大程度上就是不断地向周围的人传递信息，与各色人等进行大大小小的各种谈判。

当信息传达到位，沟通良好，对方按照我们的意愿采取行动的时候，这就是谈判成功。

通过交涉达到自己的目的会给人一种成就感，体会着这种爽快的感觉，就连当天喝的啤酒似乎都格外爽口！

这时大脑中会分泌出一种叫内啡肽多巴胺的物质，你就会沉醉于这种氛围，甘愿成为它的俘虏。

但是，此时还有一点必须非常注意。

谈判过程中如果只是我们单方面得到满足感，这还不能称得上成功。

一场完美的谈判，必须让对方和我们感同身受，甚至获得超过我们的成就感和满足感才可以。

如果不是这样的话，感受上的差异就会带给对方某种莫名的压力，导致谈判回到原点，甚至令对方产生不满、抱怨，直至取消订单，到头来我们空欢喜一场。

又或者你一味忍让，对某些问题避而不谈，由此对谈判前景感到索然无味，那么最终也无法获得谈判成功。

只有谈判双方都觉得“这真是太好了，非常感谢你”，共享这一过程中的理解、满足和成就感，才能称得上是成功的谈判。

那么，在这世界上最难进行的谈判是什么呢？

我想，这应该是让谈判对手耗费精力、下很大决心才会去做某样事情的谈判。

“让顾客欣然购买的营销术”这样诞生！

那么，对于一个人来说，最耗费精力、需要诱导的是什么行为呢？

我想应该是“从口袋中拿出钱包付钱”这个行为吧！

根据心理学的观点，人类都有基本的“生存的欲求”。

因此，人们最不愿做的，就是将自己的食物拿出来，或者将维持生计的财产拿出来。

而我这20年来所从事的就是“让人们从口袋中拿出钱包，高高兴兴地付钱”这样的工作。

是的，这就是以“营销”为名的交易谈判。

在这世界上所有的谈判中，凭借主观努力，激发出他人的某种购买动机，让其高高兴兴地签约、付款，这被认为是难度最大的谈判。

我认为这种难度最大的谈判要利用充满魔力的推销谈话技巧才能赢得成功。

我这些年所进行的营销谈判，通过运用这种谈话技巧很意外地令很多客户非常满意。

我大概独自推销过6000余件商品，如果加上与同事合作的，那大概超过10000件。

我所从事的工作就是行走在市场前沿，与人会面进行商品推销。

## <<销售NO.1你是怎么说的>>

有一点值得自夸的是，我从未遇到过客户对我不满投诉之类的事情。

不仅如此，每当季节更替的时候，还会收到很多来自客户的问候信件、成功的喜报和照片等。

我愉快，购买商品的客户也愉快，这就是WIN-WIN谈判(双赢谈判)的明证。

营销工作顺利展开一定要有谈话“模式”在跃升为销售经理后，我成功地总结出了能保证顺利开展营销工作的推销“模式”。

我亲自演示，制作成时长大约为1小时的DVD分发给部下所有的营销人员。

这些没有任何经验的销售新人在熟练掌握了成功的推销“模式”后，很多都在三个月内成长为公司里一流的销售员。

当时，我所在的公司三个月内在全国录用了200名销售新人，其中只有10人获得了新人奖的表彰。

而在这10名获奖者中，有7人是我的部下。

在我的带动下，年收入过千万日元的佼佼者陆续涌现，大家通过营销事业不断实现着自己的梦想。

公司里盛传这样的说法：“吉野女士发现了必胜推销术！”

“营销绝对有顺利推广的“模式”！”

就在这一瞬间，我对此确信不疑。

怎样才能打动人呢？

更进一步说，怎样才能不让对方觉得为难，使其由内心自发地产生购买冲动，下定决心，不受外界纷杂的负面信息影响，不被他人意见左右？

多年来的营销实践使我总结出了一些成功的经验，在此，我将推销谈话技巧和销售成功的秘诀与各位分享，希望大家都能事业成功、心情愉悦这正是我写此书的本意。

由我的个人经验总结出的“营销顺利推广的模式”，以及通过研究心理学发现的很多启示，我都尽量以快乐的、易懂的、便于实际操作的形式阐述。

我相信，读过此书，您只需对此前的推销手段稍加修正，就能大幅度提高推销的成功率！

诸位如果想验证这个方法是否有效，请行动起来，将书中介绍的技巧在职场中实践一番吧！

将成功的体验传递给别人，自己也会变得愉悦满足。

这就是我此刻的想法。

## <<销售NO.1你是怎么说的>>

### 内容概要

在销售过程中，怎样才能打动人呢？

更进一步说，怎样才能不让对方觉得为难，使其由内心自发地产生购买冲动，下定决心，不受外界纷杂的负面信息影响，不被他人意见左右？

本书作者将自身多年来的营销实践成功经验编写成本书，与读者分享其推销谈话技巧和销售成功的秘诀。

本书以快乐的、易懂的、便于实际操作的形式阐述，读过此书，您只需对此前的推销手段稍加修正，就能大幅度提高推销的成功率！

诸位如果想验证这个方法是否有效，请行动起来，将书中介绍的技巧在职场中实践一番吧！

## <<销售NO.1你是怎么说的>>

### 作者简介

日本同志社大学经济学部毕业。  
历任生命保险推销员、电脑推销员等职。

1994年进入世界上最大的开发销售幼儿英语教材的公司，仅用三个月时间成为该公司业绩第一名的  
顶级销售员。

1997年晋升为销售部经理，此后5年间率领销售团队使业绩增长了20倍。

2002年，任幼

## &lt;&lt;销售NO.1你是怎么说的&gt;&gt;

## 书籍目录

前言 这个世界上最难的谈判是什么？

第一章 营销成功必有“模式” 一、成功的营销和失败的营销有何不同？

1. 最初的5分钟决定成败 2. 豁然开朗！

成功营销的铺垫——开场白 3. 小小的梦想激发出巨大的原动力 自卑谈话法——激发客户后悔情绪，点燃其购物激情 最初5分钟点燃客户激情的方法 4. 成功产品推介与失败产品推介谈话方式的不同 客户的心理方程式 营销捷报频传，一跃成为顶级销售员 “合气道谈话法”——基于选择心理学的说服技巧 二、营销谈判万用谈话法——保险营销篇 1. 在谈论“死的话题”之前，先谈论“活的话题” 2. 人类动机的结构 三、营销谈判万用谈话法——企业营销篇 “想要什么”的谈话法——适用于美容、化妆品行业 四、如果客户说“我没钱”该怎么办？

五、设计完美“模式”，通过追求目标得以熟练掌握 按照“模式”去推销，一往无前 1. 必须进行满分为150分的营销练习的理由 2. 没有固定模式遵循，销售业绩无从谈起 第二章 价格谈判的成功法则 一、我第一次见到的价格谈判 二、价格谈判的要点 1. 必胜的“扑克牌脸理论” 2. 一句话逆转形势 瞬间改变客户的态度 3. “扑克牌脸理论”实战演练——企业营销篇 4. 遇到同行竞争时的应对方法 三、史上著名的世界性价格谈判 四、价格谈判成功五大法则 成功法则1：意外价格法则——初次报价决定一切 “意外价格法则”同样适用于日常生活 一询问预算就失败！

成功法则2：主场力量法则——与其自己去，不如让他来 成功法则3：回报性法则——人们受到他人的恩惠；会产生回报的心理 成功法则4：月末谈判法则——与对手争夺时间的“战斗” 成功法则5：“社长不出面”法则——重要人物直剖最后 再参与谈判 五、谈判态度强硬的人为什么反而不会惹人讨厌？

越是辛苦获得的东西人们越感到有价值 第三章 营销谈判大获全胜！

讨价还价的技巧 一、还价规则——报价从多少开始合宜 Step1：确定死守的“最低价格” Step2：确定“理想价格” Step3：确定“初次报价” 二、此言一出，必定失败！ 谈判中的禁语 以防万一谈话法——防止客户流失 尊敬谈话法——尊重对方，谈判气氛会更好 三、应用篇适用于一般谈判的技巧 1. 酸橘子理论 2. Give & Take(给予与得到)理论 3. One More(更进一步)理论 第四章 五大反驳模式，各个击破！

一、反驳意见的五大要点 “5寸钉”谈话法——彻底破解五大反驳模式 二、破解五大否定意见实例 否定意见1：时间 否定意见2：价格 否定意见3：效果 否定意见4：优势 否定意见5：持续性 第五章 谈判必胜谈话法 一、营销不怯场的绝对秘籍 要点1：用“美式陈述练习法”训练自己 失败陈述的三大误区 要点2：换个角度想问题就不会怯场 要点3：改变注视点，就能顺畅开口 要点4：利用提高影响力的眼神，彻底不再怯场 二、谈判达人的谈话方法 要点1：停止不必要的幽默 要点2：说话尽量用短句子 要点3：表达要语意明确 要点4：利用“三明治谈话法”增强说服力 要点5：利用“1秒、2秒法则”制造绝妙的停顿 附录 成功的PowerPoint文件制作方法 一、删繁就简，一目了然最有效 二、字号多大效果最好？

三、增加动画效果的方法 四、照顾后排的人，页面下方涂满颜色为上策 五、特别私房推荐参考文献

三、增加动画效果的方法 四、照顾后排的人，页面下方涂满颜色为上策 五、特别私房推荐参考文献

三、增加动画效果的方法 四、照顾后排的人，页面下方涂满颜色为上策 五、特别私房推荐参考文献

三、增加动画效果的方法 四、照顾后排的人，页面下方涂满颜色为上策 五、特别私房推荐参考文献

三、增加动画效果的方法 四、照顾后排的人，页面下方涂满颜色为上策 五、特别私房推荐参考文献

三、增加动画效果的方法 四、照顾后排的人，页面下方涂满颜色为上策 五、特别私房推荐参考文献

三、增加动画效果的方法 四、照顾后排的人，页面下方涂满颜色为上策 五、特别私房推荐参考文献

三、增加动画效果的方法 四、照顾后排的人，页面下方涂满颜色为上策 五、特别私房推荐参考文献

三、增加动画效果的方法 四、照顾后排的人，页面下方涂满颜色为上策 五、特别私房推荐参考文献

## <<销售NO.1你是怎么说的>>

### 章节摘录

插图：第一章 营销成功必有“模式”一、成功的营销和失败的营销有何不同？

刚开始做产品推销工作时，有一天晚上，我的情绪：厄比低落，很想找个人聊聊，就给同期进社的销售员J女士打了个电话。

我刚刚遭受了一个大挫折。

前一天，我拼命努力拿到的合同，仅仅过了一夜，竟轻而易举地被取消了——电话那端传来了客户的声音：“那之后我又考虑了很多，我想我还是取消这份合同吧！

”晴天霹雳！

当时我真不知下一步该怎么办，只好找个人来听听我的抱怨。

那是我刚刚成为幼儿英语教材销售员时的事情。

没有人能教我营销的手法和谈判方法，我为此烦恼不已。

这套幼儿英语教材的内容非常有特色，而且众所周知，英语的应用在今后的社会中也很必要，所以我觉得它应该有很大的市场需求。

这套教材一看上去就很显眼，不仅制作很精美，而且内容也很丰富实用，真的是很吸引人的产品。

再说，开发这套教材的，也是世界一流大学。

它的品牌虽然响当当的，然而，销售起来却并不那么容易。

“‘这个方面好，那个方面也好，真的是很棒的产品！

’虽然我拼命宣传这套教材的好处，却怎么也卖不出去。

不仅如此，在我面前，客户的脸色常常变得越来越冷。

到底是怎么了？

我搞不明白。

我的推销有什么不对的地方呢？

”我无奈地说。

与我同期进公司的J女士好像也有同样的感受。

“对啊，我也正为同样的事情烦恼着呢！

我听前辈们说，‘只要用心，充分地宣传产品的优点，就能把它卖出去’。

我的确是这么做的呀，可是不知为什么就是不行。

我每次都专业、详细地介绍产品的特点，可是我感到越是这么介绍，客户却离我越远。

他们通常是说一句‘那么，请让我再考虑考虑’就结束了。

”J女士说。

“是啊，我最受不了客户那种‘所以呢？

所以又怎样’的目光。

尽管如此，我还是耐着性子说：‘如果今天成功签约的话，就赠送给您××。

’想用赠品来打动对方，但通常还是不行。

客户要么无动于衷，要么是后来又要求取消合同。

我们到底该怎么做，才能成功推销产品，让客户主动说‘请给我这个，拜托’呢？

”向客户推销价值超过50万日元的幼儿英语教材产品，我们在进行这种高难度的营销谈判时，经常苦恼不已。

当然，偶尔也有意外顺利签约的情况发生。

随着我的极力推荐，面前的顾客两颊慢慢泛红，随声附和着说：“是这样啊！

”然后自言自语道，“如果要签约的话，就现在吧。

”“那就请在这儿签名吧。

”我在拿出合同的同时，把钢笔也递了过去。

客户竟然鬼使神差地接过钢笔，很爽快地开始签名。

这样的营销成功的案例虽然少，但的确也发生过。

“成功的营销与失败的营销到底有哪些地方不同呢？

## <<销售NO.1你是怎么说的>>

”我一条一条梳理着成功营销案例的特点，认真进行总结、分析，慢慢寻找出了它们的相通之处。

1. 最初的5分钟决定成败总结之后我发现，真正能够引起客户注意，决定客户态度的，就是最初5分钟的谈话。

我推销不成功的时候，通常的开场白是诸如这个商品如何如何好，制作如何精良等。

总之，都是对自家产品的“自卖自夸”。

我基本上就是按照在公司里学到的，像学校的老师一样，满腔热情，很周到地为客户介绍产品的优点

。



## <<销售NO.1你是怎么说的>>

### 编辑推荐

还在辛苦打拼的销售员注意了！

在《销售NO.1:你是怎么说的?(战胜逆境的推销谈话术)》中让洞悉客户消费心理的销售大师吉野真由美帮您，提升说话技巧、掌握议价变动因素，由内到外，彻底改变您的业务逻辑，打造最强业务能力！

诸位如果想验证这个方法是否有效，请行动起来，将书中介绍的技巧在职场中实践一番吧！

<<销售NO.1你是怎么说的>>

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>