

<<感觉>>

图书基本信息

书名：<<感觉>>

13位ISBN编号：9787501227396

10位ISBN编号：750122739X

出版时间：2005-12

出版时间：世界知识出版社

作者：姜岚昕

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>

<<感觉>>

前言

各位亲爱的朋友，大家好！特别感谢各位能给我一次用文字表达的机会，与大家分享我生命中最宝贵的且实用有效的销售理念与策略。

在我这七年的演讲生涯中，我累计做过1300多场演讲，仅销售与客户服务类的课题就讲过285场，每一场我都把它当成我生命中唯一的一场，每一场我都要重新设计演讲稿，全力以赴、精益求精地准备，因此，我的每一场演讲都撼动着听众的心，并使他们的绩效迅速倍增。

当每次课程结束的时候，很多学员都意犹未尽地问我：你有没有写这方面的书？他们不仅自己需要，还要为朋友带上几本。

当没有书的时候，他们也要买下几本其他作者的书让我签名。

面对这么多热爱我的听众的期待，我一直想把我演讲的精髓汇总成书，可由于我的演讲一场接着一场，每个月的正式演讲就有15至20天的时间，后经出版界朋友的再三催促，让我承诺最后的出稿期限，我才终于将我孕积了多年的心得与实战体会与大家分享。

在这里我想向大家请教一个问题：“当今世界60亿人口，有多少人是推销员？”“60亿。”

“现在世界上每个人都是推销员，每天都在行销，推销自己的观念、思想、理念、产品、公司、企业远景、个人使命、做人处事的原则……首先，我与大家分享一个对我的生命特别有触动的经历，相信对各位也有启迪价值与意义。

2003年的春节我是在西安度过的。

春节的前几天，一个朋友给我打电话：“姜老师，大年初一您有空吗？我带您去一个地方，在离您公司不远的地方有一座教堂，初一时会有很多人，去那里的人都很和善，我相信您一定喜欢和他们交往！”于是初一大早我就和朋友一起去了。

到了那里一看，有七八百人，都在一起唱歌、诵诗，气氛特别地好。

到了中午，大家都去吃午饭，当我从里面出来的时候发现了一个特别奇怪的现象，在路边的地上躺着一个人，当时天气十分寒冷，他却只穿了很少的衣服，上半身还露在外面，脸朝上躺着，前面放了一个碗，里面有一些一元、五元、十元的钱。

此时从教堂里出来的人都慢慢走过去向那个碗里投钱，一元、五元、十元的都有，甚至还有投五十元和一百元的，而且投钱的人越来越多、越来越多，已经出现了排队投钱的现象。

当时我就想，现在社会上有很多的乞丐不仅要不到钱还要遭到凌辱，为什么这个人不但有人给他钱，还出现排队给钱的现象？经过职业分析，我终于发现这个乞丐之所以能要到那么多钱，是因为这里的人都比较有爱心、有同情心、有怜悯之心，乐于帮助别人。

从营销的角度来看，源于他懂得行销学，找对了人，找对了目标市场。

接下来我和大家分享一个我亲身经历的故事，它曾引发了我无限的思考。

我出生在农村，在老家养成了吃烤红薯的习惯，到了城市以后，发现城市里的烤红薯比老家的还好吃，所以走在街上。

只要发现有卖烤红薯的，就一定会买上一两个解馋。

在2002年6月底的一天，我在大街上走着走着，突然闻到一股浓浓的烤红薯的香味。

我心里在想：不会吧，难道上帝要给我意外的惊喜吗？我寻着这个味道过去一看，哇，确实有卖烤红薯的，而且有三个摊。

我飞快地冲了过去，我想到底买谁的好呢？出于行销职业的敏感，我就说：“我肯定会买一个烤红薯，看谁比较会推销，我就买谁的。”

“第一个大姐看了我一眼，继续烤她的红薯，估计心里在想：“哪有这样买烤红薯，想买谁的就买谁的呗！”只见第二个大姐看了我一眼，没有任何回应，还小声地嘀咕道：“神经病！”只有第三个大姐微笑着说：“请问你要一个大一点的还是小一点的？”

请问各位，我最后买的是哪一个大姐的烤红薯呢？结果我肯定是买了第三个大姐的。

透过这个故事，你发现了什么？这三位大姐就像三面镜子，你在她们的身上能否照到自己的影子？是否能对照出自己的优缺点？连卖烤红薯都有竞争，稍微把握不好顾客就会流失到对手那里。

机会不会消失，只会转移到竞争对手的身上。

<<感觉>>

所以没有不好的产品，只有不好的销售员；没有不好的销售员，只有不好的信念和方法；没有不好的信念和方法，只有不好的参照对象。

在我这么多年的行销生涯中，从开始对销售一窍不通到一年半的时间为公司创造一千多万的销售额，再到我这几年在全亚洲不停地演讲。

至今我依然认为我还是个推销员。

我现在每天同样使用书中我所写的销售信念、方法、策略和模式，为我创造着巨大的价值与成果。

同样我相信，透过你的学道、悟道、用道与修道，你也可以创造奇迹般的成果。

我特别地希望，你不仅能得道，更能去传道，影响生命中更多的人。

在即将出版《感觉——卖产品不如卖感觉》、《用心——服务用嘴不如用心》这两本书的时候，我知道，光通过演讲的方式去帮助别人，我的时间和精力有限不能满足更多人的愿望，所以我写上这两本书，把我的心得汇总成书，这样就可以帮助更多的人，影响的范围也会更大。

写这两本书占据了我无数个夜晚，其间几易其稿，最近定稿前的每次修改都是到凌晨，有时到凌晨四五点钟。

困了，就洗把脸，伸伸懒腰，踢踢腿再继续改；口干舌燥、饥肠辘辘了，就冲杯咖啡，咬块饼干，然后继续坐在电脑前敲打我的心声。

静静的夜，我不孤单，我觉得有很多人在陪我，有很多人在等我的作品出来，当我拿出自己最高品质的作品时，未来的读者朋友们在夜深人静阅读时，我会欣慰地安然入睡。

如果今天我不竭尽全力，未来的读者朋友们在夜深人静的时候阅读我的书，我会惊慌得彻夜不能寐。

我就是这样的人。

我所有的演讲，包括你正在捧读的这本书，是在我强烈的使命感驱使下。

用我的心血铸造的，我把它作为礼物献给你们。

今天，我终于把我演讲中所讲的生动有趣、简单有效、易转化、易操作、易复制的系统销售模式，作为我人生最珍贵的礼物奉献给广大读者，阅读后你将会发现那些困扰我们销售业绩的问题在这里面都可找到好的答案。

"工欲善其事，必先利其器"。

再次谢谢你在众多的书籍中选择了这本"可利其器"的好书，能让我走进你的生命，协助你把事业做得更快、更好、更大，那是我最快乐的事情。

衷心地祝福你拥有成长、财富和快乐！ 姜岚昕 2005年10月11日清晨于上海

<<感觉>>

内容概要

《感觉:卖产品不如卖感觉》一书用深入浅出的语言 and 实际案例阐述了营销的目标、理念、技巧、法则和沟通尺度等系统的销售法则。

如何让顾客100%满意，持续购买您的产品；如何用服务替代销售而制造客户终生价值？

如何让客户成为王牌促销员的转介绍策略.....用嘴不如用心！

亚洲八大名师之一、有亚洲"疯狂演讲"创始人之称的中国培训业领军人物姜岚昕总结其多年营销经验及1500场演讲心得，推出这部专著。

被众多业内专家一致认定为继《世界上最伟大的推销员之后》，又一个在中国营销思想及营销技巧方面具有拓展性和里程碑意义的作品。

<<感觉>>

作者简介

姜岚昕，世华集团总裁，亚洲疯狂演讲开创人，亚洲八大名师之一，中国培训业新坐标人物，中国教育训练联盟论坛发起人。

他学习中外最前沿的思想观念和运作策略，与海内外顶尖大师像彼得·圣吉、博恩·崔西、安东尼·罗宾、乔·吉拉德、舒尔茨、科特勒、海尔现象专家团、格兰仕专家团等面对面对话交流并吸收其核心思想。

他亲身经历过当推销员、中层经理、合股人、到独自创业等过程，非常了解每个职位阶段人的心理变化和思想动态，他所领导的世华集团每年以300%的速度持续增长。

他的营销思路与策略针对性强，易于操作执行；他曾在全国38座大中城市发表过1300余场演讲培训，学员来自上万家企业代表，听众达85万人次以上，仅副总以上级别队士就有6万余人，已开办过100余期高端总裁班课程，阡电真正了解不同企业家的需要，所说必定是"刀下见菜、针针见血、直指要点"。

<<感觉>>

书籍目录

自序引言第一章：感觉营销一、销售的感觉与动机二、内容相同，动机不同，结果不同三、销售就是对购买行为的管理四、人人都需要学习销售第二章：如何正确认识你自己一、埋头苦干的忍者二、用脑和嘴开采金矿的巧者三、销售自我人格和荣誉的圣者四、怎样成为销售圣者第三章：突破销售瓶颈的黄金法则一、桌子法则二、因果法则三、没有任何借口法则四、持续成长法则五、熟悉法则六、坚持不懈法则第四章：把握沟通的尺度一、沟通中的低、感、褒、理二、面对客户时的肢体语言三、沟通的三个重要观念观念一：每时每刻都在做最好的选择观念二：随时随地地沟通观念三：无孔不入的沟通四、语言、语调同步技巧五、沟通中的扑克牌游戏六、询问的绝招七、问话的方式问回答"是"的问题问对的问题迂回问问题法八、发问方式及注意事项九、沟通中需要注意的原则十、有效倾听十一、调整沟通状态的原则第五章：超速说服.....

<<感觉>>

章节摘录

书摘我们知道，中国有13亿人口。

请问中国13亿人口中有多少是推销员?答案是：中国13亿人口都是推销员!我们都是推销员!老总也是推销员，因为企业的远景要你去行销和规划，大客户要由你签，一般重大的投诉要由你处理，公司出现重大危机需要你去面对，这都是在行销。

如果有财务人员买到《感觉一卖产品不如卖感觉》，我非常地恭喜你，因为财务人员绝对不是做到收支平衡那么简单，你要为公司作预算，为未来作谋划，就得懂行销；如果你要帮业务员去追账，那就得跟业务部门沟通。

如果你是人力资源部的经理，你买到了本书，那你下去招人的时候可能令对方更喜欢你，你招的人会多一点，素质也会更高一点，未来给公司创造的价值就更大，你可以给公司选择最优秀的人才，你对公司的贡献更大，你可以体现自我；如果你是生产部的人员，那各位恭喜你，因为现今社会是以销定产的，你的生产好与不好跟你懂不懂销售有很大的关系，一个懂销售的人在生产当中可能会更符合客户的需要。

由此可以看出，有多少人都是做销售的，财务需要学习行销，前台、老板、人力资源部也都需要学习行销!那我想请问一下，洗脚工需要学习行销吗?当然需要!因为他不学习行销就无法拉到顾客，无法扩大购买力和拿到更多的小费。

所以，人人都是行销员，通过行销满足和创造对方的需要，更是铺垫自己的需要，销售就是实践别人的梦想，完成自己的需要，我们都需要学习行销，更需要持续地修练这门伟大的艺术。

为了让大家能够对此有更形象深刻的理解，我讲几个小故事。

经典案例一：卖报人的销售哲学 车站总有一个卖报纸的老汉。

老汉穿着整洁，看上去精神矍铄。

看起来每天的生意都不错。

有一天下班时间不算晚，买了他一份杂志，便和他闲聊了起来。

"老师傅，生意不错吧!" "嗯，还可以，过得去吧!" "看您成天忙忙碌碌的，收入一定不错吧!" "呵呵，还不错吧!反正养老婆和供孩子读书基本没问题了!朋友，别看我普普通通，我家女儿可是在南大读书哩!学费贵着哩!" "哟，老师傅，你真行啊!一般人可没您这么大能耐呢!" "呵呵，朋友你可真会说话。

不过你倒没说错，我吧，不动不摇，一个月4000块是没有问题的!" 老汉打开了话匣子，和我聊了起来。

。

两年前，老汉在工厂下岗了。

下岗工资就那么多，生活的压力，使得老汉开始打算卖报挣钱(制定工作目标)。

几经挑选，发现汽车总站人流量大，车次多，于是选定在汽车总站卖报(经初步市场分析，选择终端销售点)。

但是，经过几天蹲点发现，车站固定的卖报人已经有了两个(营销环境论证)。

其中一个卖了很长的时间了，另一个好像是车站一位驾驶员的熟人(对竞争对手进行初步分析)。

P008-009

<<感觉>>

后记

当很多学员听了一次又一次的演讲后，不禁问我：“姜老师，是什么方法让您在短短的几年之间，从一个默默无闻的推销员成为倍受华人听众赞赏的演讲大师？是什么策略让你所带领的世华集团，能持续每年以300%的速度增长，在短短的五年时间成为中国最杰出的培训机构之一？”如果你看完了这本书，我想你一定会找到答案的。

这一切的成果都靠的是不断学习与行销服务的能力。

我经常对我的学员说：“没有人能教你他没有做过的事情，没有人能教你他没有做好的事情。”在我的生命中，我感到最有意义、最有价值、也是使我觉得最快乐的事，便是我每天都在提升和修炼自己，将我生命中所学、所悟、所感与我遇到的每一个朋友去分享。

有许多学员对我说：“姜老师，您是我生命中的贵人，我真地很感谢您！”当看到他们流下感恩的泪水时，我也无比的欣喜和感动。

在书中我曾分享到了“学道、悟道、用道、修道、得道、传道”这“六道”，我总是这样去要求自己，让我的人生的境界有更高的高度！我不断去向比我更优秀的世界顶尖大师学习，和他们深入交流。

像乔·吉拉德、菲利普·科特勒、安东尼·罗宾、博恩·崔西，汤姆·霍普金斯等几位老师，他们的智慧、思想和信念给了我很大的启发，让我看到了生命中还有更大的可能性，我也很感谢他们！在本书的出版中，有很多好朋友都给予了我大力的支持，提供了很多宝贵的建议，我会永远记得并在此表示深深的谢意。

特别是《方与圆》的作者丁远峙老师，还有资深编辑贾宇虹女士。

还有一群人是我最最感谢的，那就是这么多年来一直支持和鼓励我的学员，虽然我无法在这里一一列举他们的名字，可我心中有数，同时他们带给了我很多的灵感和素材，没有他们的支持，我不会取得今天的成果。

我还要感谢出版界的朋友，没有他们的全力协助与鼎力支持，或许这两本书至今仍不能出版。

我代表所有的读者朋友向他们表示诚挚的感谢！此外。

我还要感谢我非常尊敬的几位朋友。

彭清一、景克宁老师，他们的演讲艺术给了我很多启迪；贾平凹、陈忠实两位文坛的大师，他们给我带来了很多人生的感悟；与肖云儒老师的交流，使我能从更多的角度去看待事物；杨争光、刘墉两位老师也引发我产生了很多的思考；培训界的林伟贤、李践、张锦贵、余正昭、赵菊春、李胜杰、刘景澜、崔锐、中源等老师对事业的追求和付出也让我深感钦佩！在这里，我还要深深地感恩我的父亲、母亲，感谢他们给予了我生命，感谢他们对我多年的养育；同时还有一位让我终生感谢的人，那就是我的爱人闫卫丽女士，多年来她一直陪伴我左右，无微不至地照顾着我的生活，无怨无悔地在我的身后支持、鼓励着我，我永远地感谢她为我所做的一切……我还要感谢世华团队中每一位不断努力、付出的同仁！这么多年来，他们一直陪伴着我走过了许多风风雨雨，支持和激励着我要做得更好！西安公司的张轩逞、彭汇、刘珂、姚森、廉东斌、陈云、高云亮、刘雅、许鸿雁、韩晓侠、王萌、张华为、杨顺风等同仁，上海公司的吴挺岸、徐菁、江洪海、齐立峰、黄瑞、高荣、李锐放、彭伟、鲁建芬、翟勇、吴兆华等同仁。

杭州公司的夏伟、杨天宇、苏贞、杨昌龙、周建平、原煜、徐浩亮、张军梅、汪锋华他们都是我最佳的合作伙伴。

特别是桂天甲同仁，他在本书的出版工作中默默地陪我通宵达旦的修改书中的错误。

还要感谢与世华合作的厉军、李雪琴、周立、红花、杨缙铭、田英、于清风、肖峰、刘子菱等好朋友，与他们共事我感到无比的幸运和快乐！最后，再次感谢生命中走过的每一位朋友，您是我生命中的贵人，能与您相识共进，我倍感珍惜和快乐，衷心地祝福您仅有的一次生命过得更加精彩！谢谢！姜岚昕2005年10月11日清晨于上海

<<感觉>>

媒体关注与评论

书评岚昕是我在中国见过的极具亲和力与感召力的讲师，又善用第三者见证的力量推动行销成果的杰出人士。

--世界上最伟大的推销员 乔·吉拉德 岚昕不仅向我营销了自己，更营销了中国的现代企业家，他对市场营销的理解独到、具体而深刻!--现代营销之父 菲利普·科特勒 岚昕老师是我见过的典型的随时随地行销却给人带来好感，又总是能给对方提供系列的证据去达成合作结果的人。

--畅销书《方与圆》的作者 丁远峙 岚昕老师总是把焦点投注在积极的事物上，再糟糕的事情他也会以正面去定义它，并从中得到学习或发现新的可能性，这种正面的思维惯性值得每一位朋友借鉴运用。

--和记黄浦TOM.COM传媒集团总裁 李践 没有不好的产品，只有不好的销售；没有不好的市场，只有不好的方法。

这本书就是系统的销售方法。

--著名营销专家 路长全

<<感觉>>

编辑推荐

有亚洲"疯狂演讲"创始人之称的中国营销培训知名人士姜岚昕昨天在沪为他的两部新作《感觉：卖产品不如卖感觉》和《用心：服务用嘴不如用心》作推广，这两部书籍是他历时一年半精心打造的营销实战经验总结。

<<感觉>>

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>