

<<销售圣经>>

图书基本信息

书名：<<销售圣经>>

13位ISBN编号：9787501796748

10位ISBN编号：7501796742

出版时间：2010-1

出版时间：中国经济

作者：东方营销培训管理中心

页数：190

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>

<<销售圣经>>

前言

再好的产品也需要卖给消费者才能体现自身的价值，现在许多公司已将销售部门作为企业的核心，那些奔波在一线的销售人员在市场上开疆扩土，成为企业的功勋，销售工作也以其工作的艺术性和无顶的薪酬受到无数人追捧。

销售这个行业说大很大，说小很小。

说大，有的人可以完全依靠销售建立商业帝国，像沃尔玛的创始人山姆·沃尔顿，有的人可以利用某种方式把销售做到极致，做出世界五百强，像戴尔。

说小，有的人可以把斧子卖给总统，像乔治·赫伯特，有的人一辈子仅依靠一个杂货店度日。

提起销售这个职业，有的人可能会把它想象成是一种劳苦艰难、地位低下的工作，有的人可能会把它想象成一种只可意会不可言传的神秘工作。

而事实上，这仅仅是一个职业而已，它是广大销售人员用以养家糊口的生计、是许多销售精英实现抱负的方式，这种职业可以让你腰缠万贯，也可以让你一文不名，职业本身并无好坏难易之分，职业的区别来源于从事这个行业的人，也就是说，选择销售行业，你就是自己的主人，成败在你自己手中。

有的销售人员天天埋怨：“为什么我如此的努力都得不到一个订单呢？

为什么我苦口婆心却换不来顾客的一句好评呢？

为什么我使用了跟别人一样的方法却难以打开市场呢？

为什么我的顾客如此容易地改变自己的购买习惯而改用其他厂商的产品呢？

”为什么？

就是因为你没有抓住销售的规律，没有利用销售的技巧，没有从根本解决销售中遇到的困难。

<<销售圣经>>

内容概要

做销售人员，很重要的一点就是坚持。

成功的销售人员都是能够不断挑战困难的，都是在通往销售成功的道路上坚持走下去的人。

据统计，超过八成的销售人员将自己的成功归为坚持不懈的努力和对工作的执著，困难永远难不倒执著者，困难只会吓退胆小者。

有的销售人员打电话总是被拒绝，被拒绝的次数多了，打电话越来越害怕，很多人会选择退出，寻找其他职业去了。

但是我告诉你，无论哪个职业，你都会遇到各种困难，具有这种畏惧困难的心态的人在哪个岗位都不会成就大事的。

<<销售圣经>>

书籍目录

前言第一卷 销售第一步——销售自己 1.包装是头等大事 1.1 服饰创造了90%的初次印象 1.2 发挥头发的魅力 1.3 公文包、皮鞋、火机、香水 1.4 不可忽视的一张纸——名片 1.5 女士的妆容与男士的车 1.6 你注意你的眼镜了吗？

1.7 饰物一定要得体 2.包装到“里” 2.8 态度决定成败 2.9 自信是先决条件 2.10 不要让困难吓到 2.11 对自卑说拜拜 2.12 自满是成长的大忌 2.13 主动，才有饭吃 2.14 平等，懂得自尊 2.15 活到老，学到老 2.16 锻造敏锐的洞察力 2.17 树立标杆，然后超越他 2.18 懂得自我激励 2.19 诚信是销售的底线 2.20 巧用“专家效应” 2.21 学会讲故事 2.22 演讲能力，不可不精 2.23 高雅谈吐，赢得尊敬 2.24 守时是必备的习惯 3.Show Time——勇敢秀出你自己 3.25 自信，自然出色 3.26 巴掌不打笑脸人 3.27 好的演员必有好的台词 3.28 没人拒绝幽默 3.29 用热情感染客户 3.30 我们不一定要成为朋友 3.31 递接名片不可怠慢 3.32 我是一个诚信的人 3.33 初次见面礼仪为先 3.34 不抢客户风头 3.35 你的学识来源于多个方面 3.36 用客户听得懂的语言介绍自己第二卷 我的客户谁也别动 4.我的客户你在哪里？

4.37 时间长感情深——老客户是我的首选 4.38 客户的圈子是最优质的客户群 4.39 圈子里做营销 4.40 从竞争对手那里“抢”客户 4.41 放弃劣质客户 4.42 谁是真正的客户 4.43 利用渠道前后端的光环做营销 4.44 用MANIACT理论判断对方是否为你的目标顾客 5.谁也别动我的奶酪 5.45 顾客档案的建立需细心 5.46 记住客户的重要日子 5.47 不时为客户送去祝福 5.48 80/20法则 5.49 不要跟客户过不去 5.50 接近客户要费心 5.51 学会“放电” 5.52 寻找客户需要付出辛苦 5.53 如何对付来抢食的竞争对手第三卷 创造无法抗拒的销售 6.产品介绍的技巧 6.54 深刻了解你的主“打”产品 6.55 你只有30秒时间 6.56 有所为有所不为 6.57 不妨说一下产品的缺点 6.58 产品的好处是无穷无尽的 6.59 知己知彼，换位思考 6.60 用客户听得懂的语言介绍产品 6.61 客户的面子很重要 6.62 不要贬低竞争对手的产品 6.63 增加产品的附加价值 6.64 你的产品独特吗？

6.65 条理清楚，重点突出 6.66 做“潜伏”的胜利者 7.促成交易的技巧 7.67 培养敏锐的成交嗅觉 7.68 成交在即，主动一些 7.69 帮顾客总结优点 7.70 点将不如激将 7.71 二择一提问 7.72 压迫式成交 7.73 让顾客为了美好的愿景付钱 7.74 懂得对比分析 7.75 借助感情因素达成交易 7.76 要适时作出承诺 7.77 循序渐进法 7.78 利用共同的习惯达成交易 7.79 将顾客逼到“死”角 7.80 假意投向，实意进攻 7.81 学习一些问问题的艺术 7.82 有时要避免直接回答 7.83 学会从顾客的回答中找问题 7.84 不问对方容易说“不”的问题 7.85 问题的逻辑性很重要 7.86 学会为顾客回答 7.87 充分做好应答准备 7.88 夸奖客户是个好方法 7.89 假定客户购买 7.90 “褒贬是买家”，排除假拒绝 7.91 消费的感觉很重要 7.92 善于利用工具促成交易 8.处理异议讲技巧 8.93 做好被拒绝的准备 8.94 应对顾客拒绝的几大原则 8.95 坚持自己的人格 8.96 每个异议都要认真的对待 8.97 价格绝对不是异议的原因 8.98 善于举例说明 8.99 处理异议要有耐心 8.100 没有无法处理的异议 8.101 换位思考第四卷 特殊的销售形式需要特殊对待第五卷 销售不是终点参考书目

<<销售圣经>>

章节摘录

没有人愿意从自己不喜欢的人那里买东西，所以如果你想把东西卖出去，你需要做的第一件事就是让客户喜欢你，最起码不讨厌你。

一个人能不能被对方喜欢，或者说不被对方讨厌，很大程度上取决于你给他的第一印象。

虽然我们经常被告诫不要以貌取人，但是现实中我们还是如此来做，我们的客户同我们一样在与偏见做斗争，但是却不得不屈服于自己的第一判断。

想要给对方一个好的第一印象就要注意你的外在包装，因为第一印象首先就体现在你的外表修饰上，从头到脚的每一个细节都可以反映出你对生活的一种态度。

它有意无意的总是影响着他人对你的判断，因此作为销售人员，作为跟人打交道最多的销售职业，对外表的要求尤其高。

这不是让你追求华丽穿名牌，而是让你着装打扮合体、大方、整洁，并且有新意、有特色。

一身这样的装扮会让你在与客户交流的过程中留下良好的印象，并能增强你的自信心。

需要注意的是，销售的包装是全方位的，从你的服饰、到你的配饰、到你的公文包，到你跟顾客有接触的任何一点都是要给予高度重视的。

好的形象加上得体的谈吐才会让别人有了解你的欲望，才会让别人有了解你的东西的欲望。

所以，包装，从头到脚，从里到外，从形到神都非常重要。

1.1 服饰创造了90%的初次印象 初次见面首先映入客户眼帘的是销售人员的服饰，所以客户对你及你所销售的产品、你所代表的公司的所有联想都从这一刻开始。

据统计，人与人初次见面，对对方的判断90%取决于对其衣着的判断，所以作为需要取得客户好感的销售人员来讲，对衣着要高度重视。

客户从销售人员这里购买的不只是产品，更重要的是对销售人员的一种信任。

所以无论如何销售人员都要努力让顾客产生信任感。

而面对陌生的销售人员，客户如何会产生信任感，一个非常重要的因素就是你的着装给顾客带来的判断。

考究的着装能传达认真、踏实、真诚，还有执著，希望传达给对方，我是有责任感的人，代表自己有责任的产品。

它会增加顾客对你产生信任感的可能性。

在着装方面需要注意几点：一不要过于新奇，因为过于新奇会让客户对你产生或多或少的排斥感，进而减少信任感；二不要穿的过于开放，通常来说保守的服装更能够让客户产生信任感，因为保守的服装不容易让人猜透更能凸显专业性；三不要穿太过俗气的衣服，因为客户如果认同你就会有自己降了一个台阶的感觉，会感觉不舒服；四不要打扮的珠光宝气，这样会让客户对你的收入来源渠道产生怀疑。

他可能会认为你所买的东西都是从客户那里赚来的利润，会对你产生防备心理。

另外，男销售员不宜留长发，女销售员不宜浓妆艳抹。

此外，对衣服的配件也要给予一定的重视。

如果是去会见经理级别的客户，则可佩戴领带，以表达你的重视。

领带的佩戴也有很多的讲究，如素色衬衣需要配一条带图案或者带颜色的领带，衬衣的颜色能与领带同色系或者同领带的颜色形成反差都很好看。

再者，简洁、整齐是销售员着装的基本守则，对男销售员来说尤其重要。

没有一个人会愿意和一个衣着邋遢的男人打交道。

衣服的干净与否能够直接表现这个人爱整洁的程度。

尤其是袖口、领口等地方，一定要保持干净。

另外就是鞋子是否有很多灰尘，这也能表现一个人的生活习惯。

<<销售圣经>>

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>