

<<为什么没有业绩>>

图书基本信息

书名：<<为什么没有业绩>>

13位ISBN编号：9787506455091

10位ISBN编号：7506455099

出版时间：2009-4

出版时间：中国纺织出版社

作者：（日）三宅寿雄，王宝玲 著

页数：228

字数：150000

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>

<<为什么没有业绩>>

前言

这是一个要求销售员“自立”的时代。

无论哪一个行业，目前基本都处在一种成熟、饱和的状态，市场上某种商品急速畅销的繁荣景象在未来将越来越难以见到，尤其是目前全球经济环境不景气，市场很难在短时间内快速恢复或是改善，这种情况将会更加突出。

也就是说，销售员即使对产品一知半解，凭着一股冲劲，努力销售，也能取得好业绩，这样的时代即将结束了。

笔者这里所说的销售员“自立”，指的是“不受市场环境左右。

即使产品改变或转换公司。

同样能顺利将产品销售出去，展示出良好的销售能力”。

相信这是所有销售员所追求的最高境界。

但在很多销售员眼里，这种境界只是“纸上谈兵”，现实中很难实现。

其实不然。

销售工作是为数不多的门槛低、又有机会赚大钱的工作之一。

也就是说，销售工作充满机遇和竞争，它不一定要你有多高的学历，但是要求你有一定的学习能力

。

只有通过不断地实践、学习、训练，才会将问题的症结——为什么滞销、为什么没有业绩……融合在销售活动里，以此让你锻炼出绝佳的销售能力。

<<为什么没有业绩>>

内容概要

“为什么没有业绩？”

”作为领导你常常会这样问下属。

“为什么没有业绩？”

”作为销售员也常常会这样自问。

是公司的产品没有竞争力？

是市场竞争太激烈了？

是目前经济不景气？

不要再找客观原因了，作为一名销售员，没有业绩的原因主要是你自己。

这是一个要求销售员“自立”的时代。

现在无论哪一个行业都是买方市场，销售员必须对自己的产品了解透彻，再加上有效的销售技巧才能实现产品的成交。

本书不但颠覆了传统观念，让你重新认识何谓销售，更重要的是向你传授了实用的销售技巧，让你在面对客户时突破障碍，成功赢取订单，用业绩成就自己！

<<为什么没有业绩>>

作者简介

三宅寿雄，日本法政大学毕业，曾经任数家公司的销售员、高级销售经理，1987年创立销售顾问事务所，接受各大知名企业的咨询，同时举办销售研修培训班。为众多企业、销售员作培训、演讲。是日本同类型商务讲座中人气最旺的讲师。其著作有《从客户立场解决问题的业务手法》、《

<<为什么没有业绩>>

书籍目录

第一章 颠覆传统观念，重新认识何谓销售 1.每个人都是天生的推销员 2.推销商品前，先推销自己
3.没有哪项工作比销售更具挑战性 4.顶尖销售能力并非天生 5.不要心存试试看心理 6.80法则的应用
7.销售员就像算命先生 案例学习 欧先生创业成功的秘诀第二章 夯实职业基础，练好销售基本功
8.巧妙化解客户的心防 9.充分掌握产品知识 10.了解客户，事半功倍 11.销售PDCA步骤
12.敏捷的行动力是成功的关键 13.勤奋是提高业绩的基础 14.诚恳有礼为你带来好业绩 15.有时
倾听比说话更重要 16.正确看待你的竞争对手 17.介绍产品专业才能赢得客户 18.没有签约就不算
完成销售 案例学习 以“常走，常听”为座右铭的销售员第三章 找到正确方法，立即提高销售业绩
19.把握销售六阶段 20.实现与客户的高效成交 21.销售高手的秘密武器——写作能力 22.销售员
必须活用信息 23.善用网络寻找目标客户 24.提出好建议是胜负的关键 25.引导客户提出问题
26.明白“考虑一下”的意思 27.让客户为你介绍客户 28.开拓思路，与别人想的不一樣 29.做个
有魅力的销售员 案例学习 每天坚持寄10张明信片，荣登销售女王宝座第四章 瓦解销售障碍，创造
优秀业绩 30.欢迎客户抱怨 31.如何不被客户拒绝 32.洞悉异议背后的真相 33.处理客户异议的七
个步骤 34.处理客户异议的方法 35.巧妙处理价格异议 36.有效率地管理时间 37.与客户交流的时
间要简短 38.与客户建立良好的人际关系 39.适当让步，换取客户认同 40.如何处理客户退货 案
例学习 采用“建议型销售”在竞争中获胜第五章 做好充分准备，这是充满艰辛和挑战的职业 41.
做好职业生涯规划 42.避免陷入一成不变的常规中 43.乐观面对一时的不顺 44.为压力找个出口 45.如果
与上司有隔阂怎么办 46.恐惧是否曾让你放弃销售 47.永远不要停止学习 48.感恩你的每一位客户 案
例学习 N先生的10年销售经历

<<为什么没有业绩>>

章节摘录

第一章 颠覆传统观念，重新认识何谓销售1.每个人都是天生的推销员从小到大，我们每个人都在进行自我推销。

不管你是什么人，从事何种工作，无论你的愿望是什么，若要达到目的，你都必须具备向别人进行自我推销的能力。

可以说，生活中的我们无时无刻不在扮演着推销员的角色，只不过，我们推销的往往不是有形的产品，而是自己的思想、观点、成就、服务、主张和感情等。

只有通过自我推销，你才能取得成功，才能实现你的美好理想，才能达到你的目的。

也就是说，我们每个人其实都是天生的推销员。

我们可以按自己年龄的顺序来思考一下曾经的推销行为：当我们还是四五岁的小孩时，想向父母亲要求某些事情时，你会怎么做呢？

首先会努力扮演一个好孩子，摆出一副很听话、很乖的样子，以博取父母的好感，接下来再观察父母的表情，如果父母看起来心情不错，我们便开始下一步行动。

这其实就是一种高明的“推销行为”，父母是我们的客户，而我们所推销的产品则是自己的主张，我们要想尽办法取悦客户，最终把自己的主张推销出去，得到他们的同意！

再长大一点，我们上小学了，“讨好”老师的行为也是一种推销。

每个人都希望老师喜欢自己，讨人喜欢的日子比起惹人厌的日子显得更轻松。

因此，我们会在老师面前表现得很有礼貌，并且每天回家做好功课以博得老师的喜爱。

上高中之后，不管男孩女孩都开始对异性感兴趣了。

为了引起对方的注意，我们开始注重自己的外表，比如剪一个适合自己的发型，注意裤子是否合身或裙子是否漂亮等。

也就是说，我们总是希望自己的一举一动能引起异性的注意，从而轻松结交异性朋友。

这也可以算是“推销行为”的一种。

进入大学阶段，我们运用推销行为的范围逐渐扩大，而且也更加注意技巧了。

因为在这一时期，很多大学生都意识到了推销的重要性，自己会有意识地锻炼这方面的能力。

另外，大学生与社会接触的机会也在逐渐增加，这也使得我们开始有目的地累积个人的“推销能力”。

在步入社会以后，真正的“推销行为”更为明显，我们的第一堂课就是“推销自己”。

为了顺利找到一份好工作，我们想尽办法将自己热情、积极的性格特质以及能为公司作贡献的能力表现出来，希望能够得到公司领导的青睐。

等到真正步入职场后，我们每天都在为讨人喜欢、提升个人信赖度，或为贯彻自己的主张、争得领导较高的认可而不懈努力。

随着年龄的增长，到了三四十岁，我们的“推销行为”有增无减。

企业经营者、专家学者、家庭主妇，老师……无论处在什么职位，我们仍是一位推销员。

每一天，我们都在向别人推销自己的观念、自己的产品、自己的服务以及自己的公司等。

当然，更重要的还是推销我们自己。

我们的推销也许很巧妙，也许很拙劣；也许经过苦心设计，也许不知不觉；也许是成功的，也许是失败的。

但在整个人生过程中，我们一直在推销。

“推销是一种本能，人的一生都在推销。

”只要我们认识到了这一点，从思想中树立正确的推销意识，然后再加以主观训练并持续下去，那么无论是在工作还是生活中，我们所做的每一件事都能增加成功的可能性。

所以，本书所指的销售和一般人想象的销售不一样，这种销售行为也许并不一定要与商品、金钱有关系，但我们所追求的目的和结果却是一样的。

比如说，自我表现、让别人对自己产生好感、与人有效沟通、达成自己的目标、感染他人等这些行为，正是所有专业推销员的行动目标。

<<为什么没有业绩>>

换句话说，如果我们能切实做到上述这些行为的话，自然可以成为一名专业的推销员，从而成功地将商品推销出去。

虽然推销员是一种特殊的职业，但并非只有推销员才需要具备这些能力，凡是关系到人生旅途中与他人的种种互动行为，都具有推销的性质。

推销是人类行动的本能，也是一种最高境界的行为模式。

2.推销商品前，先推销自己销售员进行销售的最终目的是成功地将自己公司的产品销售出去。

毫无疑问，销售员必须销售成功才有饭吃，在产品销售出去后，更要确保产品使客户满意，这样才能有下一次的销售机会。

这就需要销售员具备出色的销售能力。

那么，所谓的“销售能力”究竟指的是什么呢？

那就是销售员在销售产品的过程中必须做到“展现自己、推销自己、说服他人”。

在销售员所必备的“展现自己、推销自己、说服他人”这三条能力中，“推销商品前，先推销自己”是每一位销售员首要奉行的法则。

原因是：任何客户都会有害怕受骗的心理，所以在销售过程中，销售员最忌开始时说得天花乱坠，而在产品成交后却又完全置之不理。

一般而言，客户很少与来历不明的销售员交易。

因此，有经验的销售员都会先让客户感到放心，得到他们的信任，随后才进一步展开销售，进而实现成交。

这就是销售员在销售商品之前必须先推销自己的道理所在。

乔·吉拉德曾说：“推销的要点是，你不是在推销商品，而在推销你自己。”

这位世界上最伟大的销售员还撰写了一部名为《怎样销售你自己》的著作，来阐述他的这一经典思想。

关于销售员如何成功地推销自己，我们将会在第2、3章详细介绍，在此先将必备的要点列举如下：

推销自己首先要从仪表开始。

在销售员见到客户尚未开口说话时，客户对你一无所知，给他留下第一印象的正是你的仪表。

仪表包括仪容和着装。

一个销售员只有在这两方面多加留意，才会让自己更有魅力，才会给客户留下好印象。

以一流的礼节接待客户。

俗话说：“如果礼节是一流的，其他所有的都是一流的。”

销售员以一流的礼节与客户交往，自然是给客户吃了一粒“定心丸”。

具备倾听的能力。

仔细倾听对方说话是一种尊重，也是一种礼貌，你倾听的时间越长久，客户就越喜欢接近你。

微笑面对客户。

微笑是一种力量，是销售中投资最少、收效最大的方法。

微笑是健康的性格、乐观的情绪、良好的修养、坚定的信念等几种心理基础素质的自然流露。

微笑面对客户能提高成交的几率。

简单明了的说明。

简单明了的说明是每位“亲切、有礼的销售员”必须具备的沟通技巧；相反，倘若无法简单扼要地介绍产品内容，就很容易被客户认为是“啰嗦、不够专业”的销售员。

适时提出建议。

客户对能够提出好建议的销售员，通常较容易产生信赖感。

做任何事情都有个限度，一旦超过这个限度就得不偿失了。

推销自己的时候也是如此，销售员如果把握不好，推销自己就变成了吹捧自己或者出卖自己了。

(1) 推销自己，而非吹捧自己销售员推销自己的原则是让客户信任自己，从而购买自己的产品。

因此，销售员无需对自己的能力、以往的“辉煌”经历等夸夸其谈。

如果一味地强调这些方面，会被客户看成是吹捧自己，引起客户反感。

与应聘者在领导面前的自我推销不同，销售员的自我推销要把自己专业、诚恳、可信的一面展示给客

<<为什么没有业绩>>

户，至于其他方面可在以后的交往中慢慢体现。

(2) 推销自己，不要出卖自己当我们提到“出卖”时，通常想到的是“出卖别人”，但事实上，我们也有“出卖自己”的时候。

在销售过程中，如果把握不好推销自己的尺度，也会“出卖自己”。

乔·吉拉德在他撰写的《如何推销自己》一书中讲了这样一件事：实例展示有一位搞建筑的商人，参加完一座大楼的招标会后告诉乔·吉拉德：“吉拉德，我是得不到这笔生意了。

”“为什么？”

”“在我旁边有3个投标牌，他们的价钱都比我低，我的价钱已经够低了，但是我不能用廉价的材料，我可要凭良心做事。

这个城市有很多摇摇欲坠的劣质建筑，就是因为用的混凝土太差劲，所以我要用最好的材料来做，要用砂石和盐分都无法侵蚀的材料，所以这笔生意我是肯定做不成了。

”这位建筑商人的确没有竞到标，因为他不肯出卖自己。

但令人悲哀的是，人们往往为了降低成本，竟然选择了那个“出卖自己”的投标者。

这位建筑师虽然失败了，但是他却坚守了自己的原则。

推销自己但不要出卖自己，不论你从事哪一行业，只要你坚守原则，赢得尊重，就能成功。

要相信自己，你不会永远输的。

3. 没有哪项工作比销售更具挑战性很多人对销售的概念仍有不少偏见和误解。

比如，人们普遍认为要成为一名优秀的销售员必须具备耐性、不屈不挠的精神、坚忍不拔的毅力、丰富的经验、灵活的说话技巧等；同时，仍然有很多人相信做业务最重要的基础是“多走”，因为“销售员的业绩是和走破多少双鞋子成正比的”。

<<为什么没有业绩>>

编辑推荐

《为什么没有业绩:提升销售业绩的48个技巧》是金融危机下提升销售业绩的有效方法，职业生涯中晋升百万年薪的最佳读本。

实用的销售技巧、全新的销售理念，让你突破思维障碍，轻松实现业绩提升。

日本超级人气讲师三宅寿雄和台湾实战营销大师王宝玲合著，曾常居日本亚马逊网站畅销书排行榜，台湾金石堂年度畅销图书。

台湾累计畅销100000册，畅销书+常销书！

《为什么没有业绩:提升销售业绩的48个技巧》包含：全新的销售理念：销售是一场只有冠军没有亚军的比赛，而且越是亚军，你输得越惨，因为你的投入并不比冠军少，但却没有任何回报。

一销售工作并非人人都能做得来，能做销售工作的人都不简单，可以说，他们的都是高情商的人。

实用销售技巧：在销售中，即便你有再充分的理由，也不要说话咄咄逼人，因为这样的说话方式只会招致客户的反感。

在推销的成交阶段，价格往往是双方的关注点。

销售员要避免陷入到单纯的价格争论中，以积极的方法寻求出路。

完美的生涯规划：压力并不专属于业绩差的销售员，很多业绩优异的超级销售员也同样面临着压力。

自己的薪水和业绩都是建立在客户认可和信任基础上的，销售员要怀着一颗感恩的心与你的客户进行沟通。

<<为什么没有业绩>>

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>