

<<换上顾客的脑袋>>

图书基本信息

书名：<<换上顾客的脑袋>>

13位ISBN编号：9787508606743

10位ISBN编号：7508606744

出版时间：2006-8

出版时间：第1版 (2006年8月1日)

作者：斯汀奈特

页数：210

译者：盖梦丽

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>

## <<换上顾客的脑袋>>

### 前言

在创建杰出销售顾问公司时，我的初衷是向企业经营者、销售经理及普通销售人员提供培训课程和咨询服务，帮助他们将自己从各个渠道学到的销售技巧运用到实践中。

市场上已经有很多得到广泛应用的销售方法，这些年来，我参加了很多关于这些方法的研讨会，并阅读了大量相关书籍。

经过思考，我决定不再重复别人已经做过的事情，而要发展一套以“技能为主”的培训，涵盖专业销售的各个方面：探寻商机、商业谈判、接近高管，以及训练商业头脑等。

我们专门针对一个主题，设置1-2天的讨论课，而不是按传统的做法，用5天的时间讲授全部内容。

## <<换上顾客的脑袋>>

### 内容概要

顾客为什么购买？

顾客如何购买？

两个看似简单的问题，却考验着上至企业领导，下至一线销售人员的智慧。

在销售中做到“知己知彼”非常重要，虽然你不可能完全了解顾客在想什么，但有一点是肯定的：他们不会老是想着成为你的顾客。

如果你能从顾客的角度考虑问题，与之建立伙伴关系，就能满足顾客需求，做成大买卖。

本书作者基于多年来为世界500强企业销售人员培训的经验，提出了从顾客的角度思考问题这一革命性的销售理念，并为提高销售成功率总结了一套行之有效的方案，从“顾客为什么购买”以及“顾客如何购买”两个层面剖析消费

## <<换上顾客的脑袋>>

### 作者简介

比尔·斯汀奈特，杰出顾问公司的创办者兼总裁，备受欢迎的演说家、培训师和市场营顾问。他的客户包括：通用电气、微软、弗莱森电讯（Verizon）、电资系统公司(EDS)及美国运通。

## <<换上顾客的脑袋>>

### 书籍目录

序言 第一篇 顾客为什么购买 第一章 顾客是怎么想的 第二章 顾客想要什么 第三章 顾客的价值观与风险观 第四章 企业价值的因果关系 第五章 建立良好的客户关系 第二篇 顾客如何购买 第六章 推动顾客的购买流程 第七章 剖析顾客的购买决策 第八章 培养逆向思维 第九章 向高管推销 第十章 加速顾客的购买流程

## <<换上顾客的脑袋>>

### 章节摘录

对我们专职做销售的人来讲，我们的顾客就是公司之外购买我们产品的人。但对于很多公司里的人，不论是部门经理还是普通职员，他们的顾客是自己的老板或其他某个“内部顾客”，这个顾客根据事先的约定价格(工资)“购买”他们生产的任何产品，或使用他们的产品来满足公司内部其他消费者的需要。

设计师的顾客可能会是生产部门，他们根据他设计的蓝图生产新产品或新部件。会计部门的顾客是公司内外的各种消费者，前者为后者提供各种财务数据、财务报告和财务分析。执行总裁的顾客是那些股东，他们根据公司承诺的回报购买公司的一部分股份，希

## <<换上顾客的脑袋>>

### 媒体关注与评论

《换上顾客的脑袋》是所有想成为顶尖销售者的必读书。

理查德·米勒 朗讯科技公司全球销售部高级副总裁 这本书不是教你怎样销售商品，而是怎样销售“顾客期待的结果”。

格莉·埃利奥 微软美国事业部副总裁 做这一行虽有35年，我仍然觉得本书充满了力量和有效的建议。

对于更好地了解顾客怎样思考，本书是一个好向导。

比尔·蔡特勒 IBM系统技术部高级总裁兼部门主管

<<换上顾客的脑袋>>

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>