第一图书网, tushu007.com

<<签单其实很简单>>

图书基本信息

书名：<<签单其实很简单>>

13位ISBN编号：9787508723662

10位ISBN编号：750872366X

出版时间：2009-2

出版时间：中国社会出版社

作者：汪雪英

页数：155

字数：100000

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

<<签单其实很简单>>

前言

写这部书，一直是我的心愿，只是自己一直忙于各种事务，没来得及提上日程。
本来早就该动笔，却一直悬着。
今天，我不管有无时间，硬着头皮都要写，这将是我的第四部作品，希望它能开花结果，为大家添上一道美丽的风景。
其实，并不是每个人都适合做业务，也不是每个人都具备营销技能，这跟性格也有很大的关系。
有些人在营销过程中，可以慢慢地改变自己；但有些性格内向、不善言谈的人，多是无法改变的。
首先你要问问自己：你的性格适合做什么？
你喜欢什么样的职业？
营销跟任何职业都不一样，它需要你心态好、能吃苦、机智、服务意识好，外向型的性格比较合适。
当然，也有例外，内向型性格的营销员也有成功的案例。
虽然做过几年的营销，但签单对我来说，其实并不是很简单。
我经历了四个月没出单的日子，根本没人教你怎么做，自己也不知道该问谁。
公司不包吃住，也没一分钱底薪，钱花光了的时候，我的日子过得非常艰难；压力很大，还经常遭受同事的歧视。
后来，业务渐渐地有了起色，越做越顺。
我当时就下了狠心，如果以后我有机会带营销团队的话，我一定要教会那些初人此行的营销员们一些展业的技巧和方法，要让他们少走弯路。
不让他们碰得头破血流，当然，也要留些机会和时间，让他们去摔打和锻炼，培养他们吃苦的精神，顺利渡过艰难困苦的展业初期，留下风雨后的一路彩虹、冬日里的一抹暖阳……　　做营销，真的不像想象中的那么简单。
我的书里，没有推销大师的故事，也没有上千亿的营销神话，这离新的业务伙伴们的距离很遥远，也不实际。
我这里写的，都是我自己在营销过程、签单过程中累积的业务经验，也是切身体验，是成功与失败的个案分析，真真正正地一针见血、落到实处。
我这书里头写的方法和案例，实际操作性很强，希望让初入此行业的新人，可以通过它学到很多东西，并对自己的展业有所启发。

内容概要

从一个不知名的小保险营销员，到一位高级业务主管和讲师。
她曾经历过四个月没出一张单子的日子，也痛苦于无人帮助与指导。
公司不包吃住，没有底薪，钱花光了，日子过得艰难简朴，压力随之而来，同事们的歧视更让人无法忍受。
　终于，她挺起胸膛，扔掉面子与羞涩，敲开了第一扇门!经历了10年的风风雨雨，她已在保险营销与广告营销业中如鱼得水。
如今已跨出营销行业的她，愿意将自己所有的血泪与历练凝聚成具有实战性的操作经验，同后来者分享。
让出入此行的营销员少走弯路，顺利度过艰难困苦的展业初期。

作者简介

笔名汪洋，江西永新人。

1987年在东莞打工、写作，做过工人、仓管、人事，曾从事过保险业务主管兼培训讲师等职。拥有七年的市场营销经验，现任职《东莞时尚》杂志社市场部经理。

曾出版诗集《漂流花季》；长篇小说《漂在东莞十八年》；人物报告纪实类《那些

<<签单其实很简单>>

书籍目录

前言 真诚做人，快乐做单保险营销人海茫茫，客户在哪里 1．为什么要选择营销这份工作 2．营销需要足球精神：拼命与决不放弃 3．保险，我的客户在哪里 4．接触面谈与主顾开拓要诀 5．保险的促成技巧 6．保单是这么回来的 7．这张单为什么签不下来 8．“积善梳”启示录 9．并不是每一个人都适合做保险营销将心比心换位思考的个案分析 1．我的第一张保单 2．站在对方的立场，单就签回来了 3．黄辉云，爱的路上一片阳光 4．展业：每一张保单的背后都是一个故事 5．其实，签单原来很简单 6．梅姐，关爱生命的女人生活化的保险 1．用真情打动客户 2．寻找资源 3．保险，好大的一棵树 4．过不了河就摘一个苹果 5．给我一个理由去寻找突破口 6．一个气球和一粒糖的作用 7．利用你自身的专长做业务 8．做一个好的业务员非常重要 9．把人脉资源与客户连成一个生物链 10．培养自己的影响力中心逻辑思维也是一朵绚丽的花 1．学会用逻辑思维展业 2．留下一点儿神秘感 3．无事不登三宝殿 4．把暂不签单的客户当成调皮的孩子 5．展业时把孩子带上 6．推销员禁止入内把握销售心理 1．谁都不愿被推销 2．西西弗斯引发的思考 3．保险与马铃薯的关系 4．没有任何借口 5．不够就再添一粒咖啡糖 6．“角色扮演心理”的精神享受 7．买保险就是买未来的生活 B．三个建筑工的故事 9．越简单越容易出单 10．不要低声下气地约客户 11．嫌货的人就是买货的人运用逆向思维做营销 1．运用逆向思维做营销 2．让老板做一回孟尝君 3．客户就这么一招 4．以一种锲而不舍的精神为基石 5．枕边风吹呀吹

章节摘录

有一次，晓美走在路上，见一位大爷和孙子在玩。
她拿出随身带的糖果和气球给孩子，而后与那位大爷聊了起来，聊得很投机。
后来大爷问她是做什么的，她说自己是保险公司卖保险的，大爷便要她讲一讲。
晓美绘声绘色地把保险的好处给老人讲了一下。
老人是本地人，有退休工资，比较富裕；儿子媳妇都有自己的事业，不缺钱花，自己还有租收。
他感觉自己的钱放着也是放着，儿子也不指望他的钱，一开心，爷爷给孙子买了少儿保险，交了几万元的分红教育保险。
这对晓美来说，算是个意外收获。
于是，晓美如法炮制，专找老人和女人，业务做得挺顺溜。
她推出去的少儿险，三年后又可以有一笔返还，客户拿到回款还是接着买，还给她介绍客户。
晓美就是这样签单的。
你说，这难吗？
晓美是个有心人，平时注意收集，她的展业包里什么样的小礼品都有，平常都做好了一切准备，就像随身带着的名片一样。
机会是给有准备的人的，晓美就是这样一个有心人。
她的客户都说，晓美是少儿杀手，每个小孩都喜欢她这个阿姨。
无论在哪里，这种小礼物都可以让她无孔不入，与人交往变得轻松顺利起来，这些人最后一般都能成为她的客户，或为她介绍客户。
这样做起来，轻松快乐！

编辑推荐

没有推销大师的故事，也没有上百万的营销神话，这离新业务伙伴的距离很遥远；书中只有可操作性很强的方式方法，多年的经验与切身的体会，是成功与失败的个案分析，一针见血地指向营销展业的痛处。

第一图书网, tushu007.com

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