

<<你早该这么做销售>>

图书基本信息

书名：<<你早该这么做销售>>

13位ISBN编号：9787510426001

10位ISBN编号：7510426006

出版时间：2012-5

出版时间：新世界出版社

作者：李矜锋

页数：277

字数：260000

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>

<<你早该这么做销售>>

前言

作为一名销售员，如果听到你的上司这样表扬你：“尽管你的业绩不好，但你一直很努力，这些我都看在眼里，所以希望你不要放弃，继续努力……”你千万不要因此而沾沾自喜，因为你的处境已经很危险了。

其实上司只表达了他的一部分意思，他没有向你直说的潜台词是：“你必须抓紧想办法了，如果业绩还上不去，我可就要放弃你了，尽管你看起来很努力，但不出成绩我也帮不了你。”

销售就是这样一份职业，业绩是衡量你价值的唯一标准，无论你多么努力，只要你的业绩是个大鸭蛋，你作为一个销售员的价值就是“零”！

所以，每个销售员都承受着业绩的巨大压力。

但想让你的业绩有真正的突破，跻身销售高手的行列，并不是拼了性命签下所有可能的单子就能实现的。

实际上，签下所有的单子是不可能的。

抱着这样的想法，往往签下的是一堆小单子。

所以说，销售不仅要动手动口，更重要的是动脑，要权衡利弊、懂得取舍，有策略、有技巧地进行销售，拿下那些最容易拿下的优质客户，这就是我们提倡的“销售秒杀术”。

所谓“销售秒杀术”，指运用最好的销售方法，使自己成为最好的销售员，最好的销售能在付出相同精力的情况下，完成更多的订单，取得更加辉煌的业绩。

本书不仅介绍了这种销售思想，而且就这种销售中的重要环节一一列举，进行了详细阐释。

例如我们都知道“把握客户心理，调动其购买欲望”是一个重要环节，而“用最少的钱，买最好的东西”是所有客户普遍存在的一种正常心理，那么具体该如何利用这种心理呢？

杰德森是美国著名的推销员，一次他带着一份方案找到某公司的经理。

他对经理说，自己手里的这份方案正好符合该公司的利益目标，并说这个方案本来的价值是50万美元，而现在自己愿意以30万美元的价格转让给他。

他的推销使经理很不满，因为经理认为杰德森提出的价格太高了，这样的价格根本就不合理。

杰德森只好无奈地离开了。

过了一个星期，杰德森又一次前来拜访这家公司的经理。

他先真诚地向经理表达了他的歉意，说自己上次介绍的方案开价50万美元的确是不合理，为此自己心里一直深感不安和愧疚，总想做点什么回报经理。

他说自己在这一个星期的时间里，找遍名家高手，终于发现一个很好的方案，与那份50万美元的方案不分伯仲，而且价格非常低廉，只要12万美元就能成交。

从50万美元到12万美元的价格落差，使经理喜出望外，他毫不犹豫地签字答应了购买。

杰德森就这样顺利地完成了这笔交易，事实上，他第一次拜访的目的就是为第二次拜访做铺垫。

仅仅两次拜访，就完成了一笔12万美元的销售，杰德森成功地利用价格上的极大落差，调动了客户的购买欲望，这样的销售是每个销售人员都梦寐以求的。

由此可见，销售业绩的实现，不仅仅有技巧的问题，而且有效率的问题——如何在最短的时间内卖出最多的产品。

从理论上说，任何客户你都可以搞定，只要你花上足够的时间和精力。

本书采用把案例与讲述相结合的方式，将秒杀销售中的关键环节以及关键环节中的关键点、关键技巧一一呈现出来，通俗易懂，好学好用，可操作性强。

相信每一个认真读完此书的销售员，都能在业绩上获得质的提升。

只要你想，你就能成为世界上最伟大的销售员！

<<你早该这么做销售>>

内容概要

对于任何一个销售员来说，如果给他足够多的时间，也许他可以搞定任何一个客户。但人的时间和精力终归是有限的，如果在一次销售上投入太多，那么总时间内能实现的销售次数必然就会减少，最终获得的收益就会非常有限。

所以仅仅具备锲而不舍的精神的销售员不是最好的销售员，最好的销售员能够掌握快速成交的销售技能，懂得合理分配时间，能实现收益的最大化。

《你早该这么做销售》力争为所有的销售人员指出一条通往成功的阳光大道，书中有一套全面完整的方法体系，相信你只要认真阅读本书，你就会有一种恍然大悟的感觉，能够在最短的时间内把自己打造成为销售高手！

<<你早该这么做销售>>

作者简介

李矜锋，国内著名销售培训师，国家二级心理咨询师，突破性心理训练导师，《三倍速企业成长工程》执行顾问、企业教练。
现任香港百盈集团执行董事、诚购大讲堂财智商学院院长，主讲课程有《实战销售成交法》、《性格的魅力》、《生命的蜕变》等。

<<你早该这么做销售>>

书籍目录

第一章 一飞冲天，让你销售业绩倍增的秒杀术

双赢是销售目标，没有利益的销售无法持久
不要相信“精诚所至，金石为开”的谎言
为什么你那么辛苦，业绩还上不去
有所失才有所得，懂得取舍才能成为销售高手
单刀直入销售法：很多时候客户不喜欢玩虚的
不要把梳子卖给和尚，把对的产品卖给对的人
对客户的需求掌握得越精确，成功的概率就越大
列“资格描述表”，分出谁是最值得销售的客户
销售就是心理战役，弄懂客户心理是成交关键
找到客户“痛处”，把“要我买”变成“我要买”
秒杀！

以最低的成本拿下属于你的客户

第二章 一触即发，瞬间赢得客户信任的冷读术

销售产品之前，请先销售自己
销售的成败在前15秒就已经注定
客户的拒绝只是一种习惯，你不必当真
吸引力法则：相似才能相吸
用巧妙提问法寻找与客户共同点
模仿客户说话，博取他的好感
巴南效应：让客户觉得你很了解他
展示你的脆弱部位，赢取客户的信任
语言暗示：趁机向客户透露重要信息
利用共谋意识让客户觉得你是自己人
别表现得太精明，老实人才可靠
不要遮遮掩掩，透明度决定信任度

第三章 一针见血，快速刺准客户需求的诱导术

望闻问切：老中医教给你的销售基本功
权利式提问：进入主题前别忘了通行证
开放式提问：让客户多说才能暴露其需求
引导式提问：把客户带向你的目的地
否定提问法：顺利套出客户的需求
用眼观察，用心倾听！

别放过蛛丝马迹

分析！

也许还有你尚未发现的需求

创造需求：销售高手常用的必杀技
让客户的痛苦越强烈，他越愿意购买
改变客户的决策标准，让它对自己有利

第四章 一见钟情，让客户立刻爱上产品的推介术

把产品卖给客户之前，请先卖给自己
把客户当成一个与他外貌相似的朋友
利用潜意识制造积极结果的神秘说话术
客户需要的不是产品，而是产品带来的好处
权威效应：“行家”能让客户觉得更踏实

<<你早该这么做销售>>

给你的产品编织一个动人的故事

体验效应：说百遍不如试一次

拿出证据，才能让客户相信你没说假话

对比原理：要敢于否定你的产品

切记！

客户需求暴露之前不要推介产品

第五章 一剑封喉，增强客户购买欲望的攻心术

沸腾效应：将客户的购买热情99+1度

焦点效应：客户真正的需求是你对他的重视

从众效应：社会认同感会给客户强大的推动力

稀缺效应：越是稀少的东西，人们越想得到它

禁果效应：你越不想卖，客户越想买

求廉心理：物美价廉的商品人人都想要

怀旧心理：他追忆逝水年华，你攫取财源滚滚

赶时髦心理：时尚对消费心理的影响不可小觑

蚕食效应：反复刺激客户的兴趣点

第六章 一面如旧，迅速和客户成为朋友的社交术

关系是催化剂，先交朋友再做销售

真诚是建立友情最有效的武器

两情相悦原理：你喜欢客户，客户才会喜欢你

日久生情原理：沟通的次数多比时间长更有效

互惠原理：帮助客户就是帮助自己

见面时要敢于叫客户帮你倒杯水

拐弯抹角的赞美，才能让客户喜欢你

称赞客户的弱点，他会非常受用

阿伦森效应：对客户的赞美要越来越多

250定律：不要欺骗任何一位客户

第七章 一语中的，瞬间化解客户疑虑的劝导术

发掘疑虑比化解疑虑更重要

分割法：把客户的大问题化成小问题

要永远站在客户的立场上说话

学会退让才能走向成交

倾听是化解疑虑的秘密武器

讨价还价是个技术活，讲究策略才能过关

假败策略：销售高手总是让客户觉得自己赢了

请将不如激将，刺激客户能化解疑虑

引导客户，让他关注产品的优点

把客户带入“肯定模式”或“否定模式”中

需要否定客户时，别忘了同时肯定客户

适时沉默能让客户的疑虑不解自消

第八章 一锤定音，帮助客户下决心购买的成交术

不要错过成交信号，看准时机秒杀客户

潜意识成交法：巧用销售合同促使客户签约

解决了最后一个问题，顺势提出成交请求

想卖小产品，就提出大要求

选择成交法：换种问法让成交几率翻倍

狗狗成交法：免费的午餐人人都想要

<<你早该这么做销售>>

富兰克林成交法：对比优缺点，帮助客户下决心

机会成交法：威胁客户，不买就是他的损失

保证成交法：做出承诺，给客户一个台阶下

不要在乎面子，必要的时候就求求客户

别忘了给买西装的客户再推销一条领带

<<你早该这么做销售>>

章节摘录

版权页：双赢是销售目标，没有利益的销售无法持久销售不是一场零和博弈的游戏，而是一场可以双赢的交易。

销售人员通过售出产品，得到回报，为企业和自己的发展奠定了基础。

客户购买需要的产品，避免了某种损失，或直接获得某种利益。

而且，只有这样的销售才是可以持久的。

在经济学中，有一个理性人的基本假设，说的是市场经济中，每个人都在为追求自己利益最大化而活动。

由此，我们可以得出这样一个推断：如果一方把利益占尽，那么另一方会选择退出这个利益博弈的游戏。

这就告诫我们，销售人员在工作中要有双赢思想，在追逐自己利益的同时，不要忘了照顾到客户的利益。

华人首富李嘉诚在多年的商战中之所以一路高歌，与他乐于分享利益的品格是分不开的。

他曾经说过：“我觉得，顾及对方的利益是最重要的，不能把目光仅仅局限在自己的利益上，两者是相辅相成的，自己舍得让利，让对方得利，最终还是会给自己带来较大的利益。

占小便宜的人不会有朋友，这是我小的时候母亲告诉给我的道理，经商也是这样。

”在销售中，利益的博弈贯穿于销售过程的始终，博弈双方是销售人员和客户。

对销售人员来说，利益的重要性不言而喻，没有业绩，自己就拿不到提成，企业也难以运转。

但是，优秀的销售人员在争取自己利益的同时，还善用双赢思想，通过为客户创造价值，给客户利益，以争取到客户、维护好客户。

比如在开发客户时，他告诉客户的是“使用我的产品后，贵公司年利润会上升至少二十个百分点”；在产品展示时，他的侧重点是能给客户带去什么核心利益，满足客户的需求；当客户出现异议时，他同样还是想到用利益来消除客户的疑虑……有一位汽车推销员，刚开始做业务时，老板给了他一个月的试用期。

29天过去了，他一部车也没有销售出去。

最后一天，老板准备收回他的车钥匙，让他另找工作。

这位推销员很看重这次难得的工作机会：“还没有到晚上12时，我还有机会。

”于是，这位推销员坐在车里继续等。

午夜时分，传来了敲门声，是一位卖锅者，身上挂满了锅，冻得浑身发抖。

卖锅者是看见车里有灯，想问问车主要不要买一口锅。

推销员看到这个家伙，突然灵机一动，就请他坐到自己的车里来取暖，并递上热咖啡。

于是两人开始聊天。

推销员问：“如果我买了你的锅，接下来你会怎么做？”

”卖锅者说：“继续赶路，卖掉下一个。

”推销员又问：“全部卖完以后呢？”

”卖锅者说：“回家再背几十口锅出来卖。

”推销员继续问：“如果你想使自己的锅越卖越多，越卖越远，你该怎么办？”

”卖锅者说：“那就考虑买部车，不过现在买不起……”两人越聊越投机，天亮时，这位卖锅者听从了推销员的劝告，订了一部车，不过提货时间是5个月以后，订金是一口锅的钱。

因为有了这张订单，推销员被老板留下来了。

他一边卖车，一边帮助卖锅者寻找市场。

卖锅者生意越做越大，3个月以后，提前提走了一部送货用的车。

推销员从说服卖锅者签下订单起，就坚定了信心，相信自己一定能找到更多的用户。

因为，从第一份订单中，他悟到了一个道理，推销是一门双赢的艺术，如果只想到为自己赚钱，是很难打动客户的心的。

只有设身处地为客户着想，帮助客户成长或解决客户的烦恼，才能赢得订单。

<<你早该这么做销售>>

正是秉持这种推销理念，在此后的15年间，这位推销员卖了一万多部汽车。

这个人就是被誉为世界上最伟大推销员的乔？

吉拉德。

客户只会选择能给自己带来利益的销售人员，而销售人员也是为了自己的利益向客户推销产品。

吉拉德帮助客户卖锅，卖锅者帮助吉拉德开单，从而保住了吉拉德的工作。

不但如此，吉拉德还从这次成功的推销中，悟到了成就非凡业绩的武器——双赢！

没有利益的销售无法持续，双赢的局面是销售的终极目标。

我们成功拿下订单，获得佣金；客户以心仪的价格，购买到切合需求的产品。

谁都是交易中的赢者。

也只有这样，我们才能和客户建立起、维护好长远的合作关系！

<<你早该这么做销售>>

编辑推荐

《你早该这么做销售:瞬间搞定客户的快速成交法》编辑推荐：有句名言说得好：“如果方向错了，那所有的前进都是退步！

”很多人做了很久的销售，业绩一直没有起色，就只会激励自己更加努力，却很少思考销售的方法是否有问题。

《你早该这么做销售:瞬间搞定客户的快速成交法》所介绍的“瞬间搞定客户的快速成交法”，可以帮助你用更少的成本获取更高的销售额，用更短的时间获得更多的订单。

只要你学会了这些方法，你就会终身受益无穷，而当你越来越熟练掌握它们时，要不了多久，你的表现和收入就会跻身于精英阶层，享受无限美好的未来。

<<你早该这么做销售>>

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>