

<<让业绩倍增的销售人脉>>

图书基本信息

书名：<<让业绩倍增的销售人脉>>

13位ISBN编号：9787515801575

10位ISBN编号：7515801573

出版时间：2012-4

出版时间：中华工商联合出版社

作者：武敬敏

页数：208

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>

<<让业绩倍增的销售人脉>>

前言

在商业竞争如此激烈的现代社会，学会经营人脉，才是销售决胜的关键。

比尔·盖茨就曾经说过：“一个人永远不要靠自己花100%的力量成就梦想，而要靠100个人花每个人1%的力量去铸就成功。

”正是按照这种投资人脉的方法，站在别人的肩膀上展望未来，比尔·盖茨才有了缔造微软公司的成就。

人脉就是信息，就是资源，它就像杠杆的支点，能让我们撬动无法解决的难题，更能为我们带来无法想象的财富。

美国石油大亨洛克菲勒在被问及自己的成功经验时表示：“与太阳下所有能力相比，我更注重的是与人交往的能力。

”就销售工作的实质而言，销售就是做“人”的生意。

如果没有广泛的人际关系，就不可能获得源源不断的客户，销售工作也就无从开展。

因此，优秀的销售人员懂得：人脉资源是一种潜在的无形资产，是一种潜在的财富，是通往销售之巅的秘诀。

销售，是从交朋友、积累人脉开始的。

柴田和子出生在日本东京，1970年，31岁的她进入日本著名保险公司——第一生命株式会社新宿分社，开始了保险销售生涯，此后，她创造了一个又一个辉煌的保险行销业绩。

1978年，柴田和子首次登上“日本第一”的宝座，并一直蝉联了16年日本保险销售冠军，成为“日本保险女王”。

1988年，她创造了世界第一的寿险销售业绩，并因此打破吉尼斯世界纪录。

她的年度成绩能抵上800多名日本同行的年度销售业绩总和。

柴田和子之所以能取得如此辉煌的销售业绩，与她广泛培植和利用人脉息息相关。

拓展人脉就是交朋友的过程，朋友交成了，生意也就顺理成章地成交了。

我们都知道，只要我们用心，每一个人都会成为我们的潜在客户，因此我们要善待每一个与我们相识的陌生人，要真诚对待我们的每一个老客户，他们会为我们介绍新的朋友。

俗话说：“自己走百步，不如‘贵人’扶一步”，在销售的行业中，也需要结识各行各业的“贵人”，得到他们的帮助，我们的销售事业就会红红火火。

拓展人脉关系的方法很多，比如参加各种各样的俱乐部、兴趣沙龙、展览会、高级舞会、产品说明会、茶话会等。

只要有心交朋友，处处皆朋友。

此外，“人以群分，物以类聚。

”我们要交到志同道合的朋友，交上关键时刻能帮得上忙的好朋友。

还需要我们彰显出自身的魅力，一个自信、勇敢、真诚、自尊的人，总是能扩大影响力，营造一种有吸引力的气场，结交到更多的朋友。

我们希望每一位销售人员，把拓展人脉的思想植入心中，时刻不忘“先交朋友，后做销售”的理念，为销售事业点燃一盏明亮的灯，照亮自己的销售之路。

<<让业绩倍增的销售人脉>>

内容概要

人们常说：

“人脉决定命脉。

” 在销售工作中积累人脉，就是交朋友的过程。

朋友交成了，订单多半也就顺理成章地成交了。

销售人员拓展人脉关系的方法很多，比如参加各种各样的俱乐部、兴趣沙龙、展览会、高级舞会、产品说明会、茶话会等。

只要有心，处处皆朋友。

希望每一个追求卓越业绩的销售人员，都要把广积人脉的思想深植心中，时刻不忘“先交朋友，后做销售”的理念，为销售事业点燃一盏明灯，照亮我们的销售之路。

<<让业绩倍增的销售人脉>>

书籍目录

第一章 销售工作中，人脉就是财脉

聚财先聚人

自助者人助，人助者天助

多投资“人情生意”

再“穷”也要站在富人堆里

互惠，是销售中的招数

有舍才有得

把“虾米”联合起来能吃掉大鱼

活用人脉，开发高回报的客户

第二章 先做朋友，再做销售

结交朋友的朋友，扩大销售对象

跨行业交朋友

让老客户带来新客户

感恩曾经帮助过自己的人

重要场合尽量曝光，让更多的人认识我们

第三章 自己走百步，不如贵人扶一步

借助“贵人”是高明的销售之道

想要成功就要向成功人士看齐

不是“贵族”也要坐“头等舱”

萍水相逢的人也可能成为我们的客户

再忙也要和这“几种人”联络

第四章 做“中国式”的人情买卖

把人情作为获胜的筹码

交人交心，人情投资要果断

有分寸地赞美客户

主动吃亏，客户终会还人情

销售工作，首先销售的是自己

人情链断裂，要及时修复

第五章 用渐进的方式拓展“结交圈”

择木而栖，选对自己的“圈子”

整合自己的人脉圈

通过“中间人”拓展人脉

结交“实力人物”的身边人

做销售必须要维护的几个“圈子”

拓展“圈子”的10个场所

第六章 宴请是否得当，决定销售的走向

“无功不受禄”，请客需要好理由

宴请看场合，吃饭分档次

推杯换盏间，问出对方心意

在酒桌上把订单拿到手

别让口头禅毁了“大单”

餐桌上谈话的六种忌讳

第七章 销售人员会说，客户才爱听

好的开场白可拉近与客户间的距离

多说“我们”少说“我”

<<让业绩倍增的销售人脉>>

最好的表达方式是提问
产品的介绍要通俗易懂
用情趣诱导，让客户在心理上认同
不给对方太多拖延时机
赞美是说服的“加速器”
用产品的独特之处打动客户

第八章 慧眼识人，看清你的客户

通过衣着看透客户的为人
眼睛是心灵的窗户
表情是无言的表达
嘴巴一张一合，折射心理信息
辨明人与人之间的差异化，找准客户
不以貌取人，平等看待每一位客户

第九章 洞察人性，让客户源源不断

抓住客户的“从众”心理
给足客户面子就是给自己机会
告诉客户我们为他带来的利益
小礼物，“拴住”客户的心
激发客户的猎奇心理
把握客户心态和爱好，顺藤摸瓜

第十章 给客户留下美好的第一印象

第十一章 向客户展现我们的修养

第十二章 客户是上帝，要尽心尽力做好维护1

<<让业绩倍增的销售人脉>>

章节摘录

版权页：聚财先聚人 比尔·盖茨说：“一个人永远不要靠自己一个人花100%的力量，而要靠100个人花每个人1%的力量。”

在销售行业中总有这么一类人：他们能力超群，见解深刻，才华横溢，本来可飞黄腾达，却偏偏过着清苦的日子。

这是为什么呢？

原来这些人虽有才华，却恃才傲物，认为自己比别人优秀，是销售界不可或缺的人才，正是由于狂妄自大，所以，不能很好地与周围的人相处。

慢慢地，因为没有人脉的积累和发展，最终都被埋没了。

良好的人脉网络，能帮你拓宽自己的财路，能让你在财路上走得更快更顺。

在一个讲究多赢的时代，你无法靠孤军奋战来成就大业。

人脉就是事业的命脉，你的人脉有多深多广，你的事业也就能发展到多深多广。

因此，没有人脉资源的从旁协助，光有才华也是不能发财的。

尤其在销售行业，要想财源广进，还是需要靠人脉取胜，正所谓人脉即财脉，聚财先聚人。

被誉为“台湾经营之神”的王永庆从做生意开始就非常重视建立人脉。

王永庆在刚开始做木材生意的时候，对客户条件放得很宽，往往都是等到客户卖出木材之后再结账，而且从不需要客户做任何担保。

令人惊叹的是，竟然没有一个客户拖欠或者赖账，原因就在于王永庆不但了解每一个客户的为人，也理解他们做生意的难处。

正因为有了这份信任，客户们很快就跟王永庆建立起了深厚的友谊。

不仅自己在王永庆这里订购木材，还把自己身边的朋友介绍到这来。

华夏海湾塑料有限公司董事长赵廷箴，曾经与王永庆合作过建筑生意。

有一次，赵廷箴需要大量资金周转，于是向王永庆表明自己的困难。

王永庆二话不说，立刻借给他十几根金条，还不收分文利息。

这样的举动不仅帮助了赵廷箴，还使得两人成了好朋友。

从此后，赵廷箴营造的工程上所需要的木材全都向王永庆购买，成为王永庆最大的客户。

王永庆后来回忆这段往事的时候说道：“正因为结识了木材界众多朋友，我才能在木材业迅速崛起，站稳脚步。”

后来，王永庆木材厂的生意非常兴隆，他也一直在建筑业发展。

到1946年，也就是王永庆50岁时，他已经积累了500万元的资本了。

王永庆在最初销售木材的时候，主要靠的是人脉，当人脉像滚雪球似的越滚越大、越滚越多时，自然，财富也就随之而来。

所以，人是最大的资源，不管做什么事情，都有人的因素。

被称为“赚钱之神”的邱永汉说：“失去财产，仍有东山再起的机会，失去朋友，就没有第二次的机会了。”

潜能专家陈安之在《超级成功学》著作中说：“成功靠别人而不是靠自己。”

这个观点乍听起来是有点不可思议，但是仔细琢磨，其实是非常有道理的。

只有善于借助别人的力量，顺风行船，才能最快地到达目的地。

如果想让自己的销售之路走的更加顺畅，就从积累人情，铺就人脉关系网开始吧！

那么，在销售行业中打拼，我们该如何利用人脉资源进行销售呢？

1. 抓牢原有的人脉资源，认识新朋友。

先牢牢守住一个“圈子”，朋友圈或者是同学圈，然后以此为中心，去结识更多的朋友，通过原有的人脉来发掘一些有地位和实力的人脉，以此作为自己潜在的销售对象，或者将其作为挖掘潜在客户的桥梁。

2. 有的放矢抓要害。

每个人都有亲戚、校友和乡亲，可以将这些人脉资源灵活运用于寻找客户中，迅速地扩大自己的销售

<<让业绩倍增的销售人脉>>

对象。

自助者人助，人助者天助 人人都渴望好的机遇降临，好的机遇是可以改变我们每个人命运的，它能使人在短时间内发生翻天覆地的变化，对于销售人员来讲，机遇能够给我们带来成功，带来财富。

我们不但要学会抓住机遇，更要善于寻觅机遇、开发机遇、创造机遇。

曾经有位成功人士说：“一个人70%的机遇来自人脉。

”的确，不善于经营人脉的人，即使遇到了迎面走来的机遇，也常常会视而不见，与之擦肩而过。

我们先来看看世界上最伟大的销售人员乔·吉拉德是如何运用人脉为自己创造机遇的。

乔·吉拉德是家汽车公司的区域代理，他每年所卖出去的汽车比其他任何经销商都多。

甚至销售量比第二位要多出两倍以上，在汽车销售商中，实属鹤立鸡群。

当有人问及乔吉拉德成功的秘诀时，他坦言相告：“我每个月要寄出1.5万张卡片。

有一件事许多公司没能做到，而我却做到了，我对每一位客户建立了销售档案，我相信销售真正始于售后，并非在货物尚未出售之前……顾客没有踏出店门之前，我就已经写好鸣谢惠顾的短札了。

”乔·吉拉德每个月都会给客户寄一封不同格式、颜色信封的信(这样才不会像一封“垃圾信件”，还没有被拆开之前，就给扔进垃圾筒了)，顾客们打开信看，信一开头就写着：“我喜欢你！”

”接着写道：“祝您新年快乐，乔·吉拉德敬贺。

”2月他会寄一张“美国国父诞辰纪念快乐”的卡片给顾客……顾客们都很喜欢这些卡片。

乔·吉拉德自豪地说：“我给所有的顾客都建立了档案，我会根据他们的兴趣爱好的不同，分别给他们寄不同的卡片。

而且，给同一客户寄的卡片中，也绝不会有雷同的卡片。

”乔·吉拉德通过这些细致的工作，赢得了良好的口碑和很多回头客，而且很多顾客还介绍自己的朋友来乔-吉拉德这儿买车。

应当强调指出，乔·吉拉德的这些做法绝不是什么虚情假意的噱头，而是一种高明的销售技巧的自然流露，更是善于积累人脉，获得销售机遇的具体体现。

作为一名优秀的销售人员，在前进的路上，我们可以没有背景，可以没有光环，但是，我们不能没有经营人脉的理念。

正所谓自助者人助，人助者天助。

销售人员一旦掌握了人脉，就等于掌握了机遇和财富。

现实社会中，总有一些销售人员片面地认为让朋友帮助我们寻找客户、发现客户、创造客户，是自己能力不行的体现。

这是非常错误和危险的想法，因为在当代社会中，一个人有了人脉，就拥有了开创新天地的本钱。

如果一味抱着独自打天下的幻想，你势必会被整个销售界所淘汰。

<<让业绩倍增的销售人脉>>

编辑推荐

《让业绩倍增的销售人脉》编辑推荐：人脉，就是销售工作的命脉！

2012年最新“销售人脉读本”。

每一位追求卓越业绩的销售人员，都要通过对《让业绩倍增的销售人脉》的阅读，把广积人脉的思想深植心中。

每位销售从业人员“拿来就用”的“先交朋友、后做销售”的人脉术。

<<让业绩倍增的销售人脉>>

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>