

<<优势销售>>

图书基本信息

书名：<<优势销售>>

13位ISBN编号：9787563924592

10位ISBN编号：7563924590

出版时间：2010-8

出版时间：北京工业大学出版社

作者：卓宇扬

页数：231

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>

<<优势销售>>

前言

现实生活中，很多人对推销这一职业存在很多误解，他们认为推销就是操纵和欺骗顾客，让顾客购买他并不需要的商品或服务。

在他们的眼中，推销员推销的都是伪劣产品，因为好的东西不需要推销也能卖出好价钱。

他们更认为推销员这个职业都是些文化程度低、没能耐的人做的，推销员工资低，而且随时都可能被公司解雇。

可是，事实上，在现在高度发达的市场经济社会中，要实现商品从生产者到消费者的转移，是离不开推销的。

而且，据权威部门的统计资料显示，世界上90%以上的富翁是从推销员做起的。

李嘉诚16岁就开始当推销员，比尔·盖茨在21岁也步入了推销员的行列……作为一名推销员，你的收入可能比别人的高出百倍、千倍，但也可能连自己都不能养活，这取决于你的个人能力和努力程度，只有在这两方面都出色的人才能有望成功。

要想成为一名出色的、有才能的推销员，就必须通过不断的学习来提高自己的业务水平和能力。

我们知道，推销这一职业较之理论知识，更注重的是实践，况且，从事推销工作的人，没有太多的时间和精力去系统学习营销理论。

所以，研读世界上最出色推销员的经典推销事迹，是推销员快速充实自尸，的最佳方法。

<<优势销售>>

内容概要

本书精选了世界上十位最出色推销员的经典推销事例供读者阅读但本书的宗旨绝不仅仅止于此，它真正的精髓是希望能从推销大师们的事迹中找到成功推销的真正方法。

这十位大师包括了被称为世界上最伟大推销员”的乔·吉拉德、“保险业推销之神”原一平、“寿险推销大王”乔·坎多尔弗、“销售界的女神，柴田和子、世界首屈一指的“销售点子大王”齐格·齐格勒等他们的推销智慧和成功经验是全世界亿万从事推销工作人士最好的教科书。

本书介绍了十位推销员的经典推销战略，每位分章介绍书中的事例精彩且代表性强，理论更是贴合实际每个事例所折射的道理可以适用在任何一个推销员的工作中，在领略推销高手们绝妙的思维和智慧中，帮助推销员总结经验，弥补不足。

读完此书，已入行的推销人员可以从中找到解决自己瓶颈的方法，再一次的推销就不会与“成交”失之交臂；新入行的推销人员阅读此书，就如同与顶尖推销员面对面交流，可以迅速成长为一名职业推销员。

<<优势销售>>

书籍目录

第一章 世界上最伟大的推销员——乔·吉拉德 一、卖的不是产品，而是你自己 二、寻找顾客，更多地了解你的顾客 三、态度决定一切 四、成败的关键在于最后一击——成交 五、小事牵连大事，细节关系全局 六、向对手学习 七、突破销售关键，把握成交机会 八、客户比你聪明 九、真正的推销来源于服务 十、抓住客户的心理

第二章 保险业推销之神——原一平 一、做一个魅力的推销员 二、做一个有心的推销员 三、做一个知心的推销员 四、做一个勤奋的推销员 五、做一个知识广博的推销员 六、主动面对第一次约会 七、从拒绝开始推销 八、沉默是金 九、最后的购买决定留给顾客 十、管理好你的资源

第三章 寿险推销大王——乔·坎多尔弗 一、早起的鸟儿有虫吃，积极主动的推销员有单做 二、冲破会见的第一道防线 三、从面谈中把握客户需求 四、开门见山说服客户 五、演讲会促销售 六、不让客户成为过去式

第四章 国际大师级的推销员领袖——弗兰克·贝特格

第五章 保险推销奇才——克莱曼特·斯通

第六章 引领推销理论的成功学大师——布莱恩·崔西

第七章 销售界的女神——柴田和了

第八章 销售冠军的缔造者——汤姆·霍普金斯

第九章 创造性销售大师——戴夫·多索尔森

第十章 世界首屈一指的销售点子大王——齐格·齐格勒

<<优势销售>>

章节摘录

推销中，你要认识到秘书的重要性。

他们在很多事情上都有影响力。

如果你想见某个大人物，成功与否往往是由那些秘书决定的，因为是他们来安排会谈时间。

实际上，他们就是那些大人物的左膀右臂。

所以，你必须对秘书表示出足够的尊敬和信任。

2.第一次面谈的技巧 当你通过了“守门人”这一关，就直接面见客户了，该和客户说话了，有很多推销员很怕这一步，因为这时候客户会决定是否继续与你深谈，是否给你机会介绍自己的产品。

那么，你应该说什么才能有进一步的机会呢？

首先应该明确，你这一次面谈的目的是什么。

在与客户第一次面谈时，推销员应把得到一个销售会谈的约会当做此行的目的，也不要妄想能直接得到客户的订单。

毕竟一次成交的情况是很少见的，特别是对大客户的推销。

所以，在第一次与客户面谈时，千万不要兜售什么东西而且，即使客户对你的目的很好奇，热切催促你向他说出你的真实意图，你最好这样回答：“对不起，我觉得匆忙向您解释对我们双方可能都是不利的，所以下次见面时我们再谈吧。

” 不管是在客户的办公室，还是和客户通电话，乔·坎多尔弗采取以下一些方法来与客户继续话题。

.....

<<优势销售>>

编辑推荐

学一流的推销术，做一流的推销员。
世界十大顶尖推销员的销售秘籍。

<<优势销售>>

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>