

<<快速销售法>>

图书基本信息

书名：<<快速销售法>>

13位ISBN编号：9787802552951

10位ISBN编号：7802552958

出版时间：1970-1

出版时间：企业管理出版社

作者：（英）索森，（英）韦斯特 著，王婵龙，吴婷 译

页数：185

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>

## <<快速销售法>>

### 前言

销售！

——穿着晃眼的衣服，使用刺鼻的须后水的招人厌烦的人群，通过向你推销你不想要的，当然也不需要东西而破坏你的一天……如果这就是你，请马上放下此书。

这本书是由好人写，让好人看的。

迈克·索森和克里斯·韦斯特通过《快速企业家》（The Beermat Entrepreneur）这本书帮助了企业家，通过《会议室企业家》（The Boardroom Entrepreneur）帮助企业。

现在他们在此要通过本书帮助你和我。

我之所以说“你和我”是因为罗伯特·史蒂文森是对的——我们都要靠销售一些东西才能生存。

迈克和克里斯解释了如何在不扰乱你的朋友、疏远你的客户或者失去你的专业尊严的情况下进行销售

。

这是一本为每个人所准备的销售书籍，包括律师、会计、软件工程师、经理等任何独自创业的人。

即使是演员和作家也能从中学到很多，甚至可能比我们所承认自己学到的还要多。

幸运的是，这个学习过程是很轻松的，因为这本书条理十分清晰也极富智慧。

做个好人！

做你自己！

按“Beermat”的方式去快速销售！

享受这个过程和这本书吧！

## <<快速销售法>>

### 内容概要

《快速销售法》具有非常强的原创性、可读性和可操作性。  
看完《快速销售法》就等于聆听了一场世界顶尖销售演说家的演讲，定会让你乐在其中！  
在竞争激烈的商业环境下，作为一名销售人员的你是不是终日被“销售”所困扰？  
你是不是虽然参加了各种销售培训、阅读了各种销售书籍，但仍然感觉销售效率很低下？你是不是自我感觉很有销售天赋和技巧但却屡遭拒绝？  
就让《快速销售法》为你指明方向，让你高效地完成销售，并享受销售的乐趣。  
《快速销售法》是目前欧美最畅销的销售书籍，是基于作者在全球进行的受到世界各地商界精英强烈欢迎的“Sales On A Beermat”演讲所写。  
不同于其他缺乏操作性的销售书籍，《快速销售法》是作者总结自己30年的销售经验，使用第一人称的方式，通过简单、朴素、生动幽默的语言带你走过整个销售流程的各个阶段，清晰地指出各个细节工作可能会出现的问题以及如何高效进行。  
另外，作者的“Beermat销售供应线”将抽象的销售形象化，让你随时清楚自己所处的“位置”，以及如何快速通过“供应线”。  
而且供应线的每个位置都代表了一定的成功概率，使得销售流程具有可预测性。  
同时，作者还将教你如何利用“外部朋友”来帮助你进行销售。

## <<快速销售法>>

### 作者简介

迈克·索森，英国目前领先的企业家导师。  
全球顶尖商业演说家。

在各种商业环境下有着30年的销售经历。

每年在全球范围内为商界精英做上百场演讲。

负责管理过17个初创公司的销售工作。

曾任职于埃森哲、劳斯莱斯以及工业贸易部。

克里斯·韦斯特，

## <<快速销售法>>

### 书籍目录

迈克摘记 导言 第一章 销售及Beermat的背景 第二章 天生的销售人员 第三章 关键的销售角色 第四章 销售要素：客户资格审查与成交 第五章 销售的艺术 第六章 销售流程1——启动 第七章 销售流程2——创造动力 第八章 销售流程3——从潜在客户到客户 第九章 业务提升 第十章 写在最后 附录A：专业合伙企业的销售 附录B：个体经营者的销售 附录C：销售基石与企业家

## &lt;&lt;快速销售法&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：即使电话沟通进展不顺利，事情还是可以挽救的。

不同的客户可能适合不同的销售人员去接洽，可能打电话的那个人有些过于强求。

这样的话就代表公司向客户致歉，并询问是否可以让一个更温和的人和客户联系。

这样做不会出现问题，因为客户的确有问题需要解决。

再和销售部门联系，告诉他们事情的情况并且要求由一个合适的销售人员去打电话。

再次强调，你这样做是对的，如果又有人对于被指示自己的工作表示不满，告诉他们你是在本书中学到的，让他们责怪我吧！

当然这个沟通也许就是在浪费时间。

这时销售人员应将情况告诉你，你也应当接受他们的说法。

如果你是一个老板，如何保证你的员工去尽可能多地收集信息？

首先，要确认他们知道如何进行“网络交际”，在21世纪这种技巧运用起来越来越容易，因为随着正式的“网络交际”论坛的发展，这个概念已经丢掉了从前的耻辱印记被认为是好的社交行为，大家都知道做什么不做什么。

关于这个重要话题的更多内容，可参考“销售技巧”一章。

其次，你应该奖励善于进行“网络交际”的非销售人员。

好的开始是给予每个公司成员开展“网络交际”的经费。

如果某人，即使是一个邮递员，在俱乐部消遣一晚后收集到一打名片，他应当受到奖励。

如果通过名片得到了线索，应该给他分红。

显然，“为名片付钱”的机制需要信任才能运转起来。

你不想让人闲逛在俱乐部里，然后请人喝酒，没有区分地收集商业名片。

因此向大家解释建立这个系统的目的（给他们这本书看），并告诉他们这是对他们的信任。

你的员工也需要成为产品的“传道士”。

用这个词容易让人想起美国电视中狂热的福音布道者的形象（他们最后经常被发现有着隐秘的情人等地下关系）。

我的意思跟这个有点不同，那就是你的员工必须了解产品、为什么它们能解决客户的痛苦，并准备好和感兴趣的外人进行交流。

通过平静地交谈和“地狱之火”般地讲道两种方式所传播的原始福音的数量是一样的。

不过，很显然受人尊敬的索森作家是这两种销售类型的专家。

你们都是传道士吗？

你的“电梯式推销语言”是什么？

（确切记住你做什么、为谁做、客户为什么从你那购买？

）公司所有人都知道这点吗？

他们能在此时此刻背出来吗？

当在一个酒吧里被问到公司是做什么的时，他们能很随意地将信息传递过去吗？

（不要像一个糟糕的公关发言人那样）你的最好的客户故事是什么？

不要最有趣的，只要你给客户带来最大价值的那个。

是否公司的每个人都知道这个故事？

他们理解吗？

他们真的明白你为客户做的是很伟大的一件事吗？

大家如何谈论为你工作这件事？

他们认为你是个刻薄的家伙还是个伟大的人？

工作很有趣还是很痛苦？

包括司机和技师，所有员工都有名片吗？

员工们知道进行“网络交际”的原则和方法吗？

在争取到潜在客户以后给予他们奖励了吗？

## <<快速销售法>>

外部朋友我已经讲过了导师的价值。

而“客户导师”是这个概念的升华。

“客户导师”是喜欢你也被你喜欢的，并能真正理解你提供的价值的人。

“客户导师”首先能够通过真诚和信任来针对你的产品所需帮助你设计产品。

他们在自己的组织中就像是你的“传道士”。

他们可以给你大概的市场信息，如果年龄稍大点有经验的人，也能给你提供生意方面的建议。

## <<快速销售法>>

### 媒体关注与评论

“ 非常有趣、有原创性，并且充满简明实用的建议。

” ——Iain Henderson，埃森哲 合伙人 “ 何时何地向何人销售是很好的问题，因为我们每人都试图向别人销售某种东西。

但是 ‘ 如何销售? ’ 才是真正的问题。

迈克和克里斯在此书中给予了崭新的回答。

非常值得我们一读。

” ——Henri Winand博士，劳斯莱斯副总裁 “ 我们向成员单位展示了本书，得到了强烈的反响。

这本书抓住了重点：活力、简单、朴素。

向各种规模的公司强烈推荐! ” ——Carole Beverley，企业家论坛首席执行官



## <<快速销售法>>

### 编辑推荐

《快速销售法》：方法新颖实用，助你快速成交尤其适用于中小学企业和初创公司。  
全球顶尖商业演说家、拥有30年销售经验，独创Beeramat销售法。

<<快速销售法>>

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>