

<<汽车销售精英3层境界>>

图书基本信息

书名：<<汽车销售精英3层境界>>

13位ISBN编号：9787111250456

10位ISBN编号：7111250451

出版时间：2009-1

出版时间：机械工业出版社

作者：刘同福

页数：198

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>

## <<汽车销售精英3层境界>>

### 前言

“不是最强者生存，也不是最聪明者生存，而是最适者生存。

” 大部分汽车销售公司80%的业绩掌握在20%的杰出汽车销售人员手中，而其余80%泛泛的汽车销售人员仅占有20%的业绩。

作为一名汽车销售人员，你一定很想成为“20%”中的杰出的汽车销售人员，而不愿意变成“80%”的普通汽车销售人员。

杰出的汽车销售人员与普通汽车销售人员之间的悬殊差距，不是学历知识而是心态和特质。

销售工作对任何无学历、无背景、无经验、无资本而又立志成功、致富的人，是一条很好的路。可是许多人一味在销售技巧方面琢磨，忽略了“特质”与“心态”两大重要课题，导致徒劳无功，虽然立志成为杰出的汽车销售人员，努力了多年，但是仍旧在原地徘徊。

成为杰出的汽车销售人员关键因素：第一是特质，第二是态度，第三才是销售技巧。

商品知识与销售技巧只是杰出的汽车销售人员的外衣，“心态”和“特质”才是成就销售事业最重要的环节。

一般汽车销售人员往往着重于追求外表而疏于内涵的充实，无怪乎每年有那么多人投入汽车销售战场，大都业绩平平了！

杰出的汽车销售人员应该具备哪些特质、态度、技巧呢？

《汽车销售精英3层境界》从杰出的汽车销售人员应该具备的基本技巧出发，深入分析和讲述了杰出的汽车销售人员必备的专业技巧、心态和特质。

《汽车销售精英3层境界》不是培养普通汽车销售人员的基本读本，而是打造汽车销售精英的秘籍。

## <<汽车销售精英3层境界>>

### 内容概要

本书从杰出的汽车销售人员应该具备的基本技巧出发，深入分析和讲述了杰出的汽车销售人员必备的专业技巧、制胜的心态和大师的特质。

既有最新的营销理念，又强调销售实战的效果，对于提高销售人员的营销技能具有极大的帮助作用，有助于提升汽车销售企业及相关从业人员的业务水平和核心竞争能力。

本书不是培养普通汽车销售人员的基本读本，而是打造汽车销售精英的秘籍。

本书适合于汽车销售公司的高级管理人员、市场营销部经理、大客户主管、汽车销售4S店经理、一线销售人员和销售接待人员以及其他有志于从事汽车销售工作的读者阅读。

## <<汽车销售精英3层境界>>

### 作者简介

刘同福，经济学硕士，资深咨询培训师，历任高校讲师、企业咨询培训师、营销总监、副总经理、总经理等职务，现任中国汽车流通协会市场营销专业委员会副秘书长。

从事汽车营销实战和研究十余年，在汽车营销实战和汽车营销培训、咨询方面积累了丰富的经验。主讲过

## <<汽车销售精英3层境界>>

### 书籍目录

丛书序前言第一层境界：卓越的技巧28招 一、给顾客留下良好的第一印象 二、礼仪与形象 三、训练你笑的艺术 四、用心倾听 五、销售感觉与味道 六、让顾客产生联想 七、让顾客体验 八、故事式行销 九、重在参与 十、令客户的潜意识产生“购买”信息 十一、销售整体价值 十二、为顾客寻找购买的理由 十三、通过暗示促成交易 十四、不让顾客说“不”的技巧 十五、让顾客产生好感 十六、说服人们最容易的方法 十七、汽车销售员还必须是个表演高手 十八、顾客购车的不同心理类型对应方法 十九、顾客的购车动机分类 二十、不同性别顾客购车动机的差别 二十一、不同年龄顾客购车动机的差别 二十二、如何处理顾客的异议 二十三、妥善处理顾客投诉 二十四、为所有客户的情况都建立系统的档案 二十五、建立顾客资料卡 二十六、准确评估潜在顾客，从中找出有望顾客 二十七、将潜在顾客分级管理 二十八、销售始于售后第二层境界：制胜的心态16法 一、“心态”的惊人力量 二、心态是什么？

三、一个人的态度决定他成功的高度 四、积极的心态（PMA黄金定律） 五、把销售当爱好 六、以销售为乐趣 七、切忌浮躁 八、消除自卑意识 九、正视失败与拒绝 十、自信是英雄的本质 十一、培养充满自信的说话方式 十二、怀抱着一颗感恩的心 十三、把成功的景象视觉化 十四、成功那扇门虚掩着 十五、成功并不像你想象的那么难 十六、如何保持乐观第三层境界：大师的特质20项 一、是什么造就了顶尖级销售员 二、成功就是专到家 三、性格特征决定着前途 四、富有可信度的外在形象 五、诚实：销售的最佳策略 六、强烈的成功欲望 七、让信念之火熊熊燃烧 八、模仿成功 九、带着热情去工作 十、坚持就是成功的秘诀 十一、不要找任何借口 十二、爱是惟一的诀窍 十三、感情推动商机 十四、赢得生意的前提是赢得友谊 十五、尊重您的客户 十六、如何对待压力 十七、如何改变不良的性格？

十八、学会幽默 十九、对抗挫折 二十、保持愉快的心态

## &lt;&lt;汽车销售精英3层境界&gt;&gt;

## 章节摘录

例如万象集团公司，随着企业的发展，来公司洽谈业务的国内外客户较多，他们一律以朋友相待，并拍下彩照留念。

当老客户再次到公司来，在接待室的显要处，都能见到自己的照片。

虽属几张老照片，却向客户暗示来的不是一般的客户，而是万象集团公司的老朋友，他们与公司的友情将被公司永远看重、永远铭记。

触物生情，来客倍感温暖，这样使有关业务的沟通与交流变得格外和谐与顺利。

(5)情境暗示即对营销的场合做精心的设计与安排。

针对消费者普遍的心理特征，围绕着促销这一根本宗旨，着意设计安排某一营销场合，便具有了促销暗示的作用。

比如美国一家银行的会客大厅，有一个足球场那么大，铺满红地毯，且偌大的空间仅在客厅的一头摆放了几排沙发。

前来洽谈业务的客户刚进门时都有些惊奇，但很快就会感受到这是一家实力雄厚的大银行，来这里办业务放心。

(6)手势、表情暗示在销售中，人们对某种事或某些人，由于心理距离的远近，表现出拒绝与接纳、同意与否定、赞扬与厌恶、反感与友好等，在不使用语言直接表达时，往往用手势、表情表现出来，如耸耸肩膀、嘟嘟嘴唇、摇头不算点头算，摆手、鼓掌、握手以及表情上的喜怒、热情、冷眼、淡漠、应付等等，暗示人们对该项事应抱什么态度等，这些都是手势、表情暗示。

影响暗示的因素主要有：受暗示者的年龄与性别因素的影响，年龄越小，接受暗示的可能性越小，年龄越大，越容易接受暗示。

女性一般比男性更容易接受暗示。

受暗示者心理状态因素的影响，人们在疲倦时，思绪昏沉，或强烈向往某种情境，而实际情况还不太清楚时，极易接受暗示。

经验少或富于感情、同情、心慈、轻易相信他人，或疏忽大意，也容易接受暗示。

另外人格的倾向性也与受暗示的效果有关。

暗示效果的大小也与受暗示时的情境关系、暗示者的影响力等有关。

十四、不让顾客说“不”的技巧 有些新的汽车销售员不知道怎样开口说话，好不容易找到了目标顾客，却硬邦邦地说出：“请问您对某某车有兴趣吗？”“想不想买？”得到的回答显然是一句很简单的“不”或“没有”，然后又搭不上腔了。

那么有没有让对方不说“不”的办法呢？美国有一种科学催眠术，就是在开始催眠时，首先提出一些让对方不得不回答“是”的问题。

这样多次地问答就可以在真正催眠时使对方形成想答“是”的心理状态。

汽车销售员的开场白也一样。

## <<汽车销售精英3层境界>>

### 编辑推荐

成为杰出的汽车销售人员关键因素：第一是特质，第二是态度，第三才是销售技巧。商品知识与销售技巧只是杰出的汽车销售人员的外衣，“心态”和“特质”才是成就销售事业最重要的环节。

一般汽车销售人员往往着重于追求外表而疏于内涵的充实，无怪乎每年有那么多人投入汽车销售战场，大都业绩平平了！

杰出的汽车销售人员应该具备哪些特质、态度、技巧呢？

本书从杰出的汽车销售人员应该具备的基本技巧出发，深入分析和讲述了杰出的汽车销售人员必备的专业技巧、心态和特质。

本书不是培养普通汽车销售人员的基本读本，而是打造汽车销售精英的秘籍。

<<汽车销售精英3层境界>>

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>