

<<销售新人的100天行动计划>>

图书基本信息

书名：<<销售新人的100天行动计划>>

13位ISBN编号：9787111297734

10位ISBN编号：7111297733

出版时间：2010-3

出版时间：机械工业出版社

作者：吉米·瑞尔森

页数：182

译者：黄志斌

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>

<<销售新人的100天行动计划>>

前言

正在阅读此书的你，或许刚刚涉足销售行业；或许已经在销售行业摸爬滚打多年，而仅仅希望借助此书继续提升自己的销售技能；又或许你只是刚刚有志于成为一名销售人员，并希望从本书中学到些经验。

无论你处于以上哪个阶段，首先应该清楚这一点：如今的顾客比以往任何时候在购买商品或接受服务方面都有更多的选择余地。

他们现在越来越难以从各种各样的选择中作出最终决定。

加之追求效率和消费控制方面的压力与日俱增，顾客们用来决定作何选择的时间也越来越少了。

于是，便出现了许许多多的配套销售方案。

这些方案都许诺，借助他们的销售方案能够让你在充满挑战的当今社会上，在销售领域中获得成功。

许多销售方案强调通过深入的心理分析方式与客户进行接触。

其他方案则侧重于利用科技方式去创造出繁荣的销售局面。

还有一些方案则热衷于宣传陈词滥调般的口号、引用一些过时的观念或未经证实的理论。

然而，这些销售方案都忽略了一个最重要的因素，那就是：顾客是否会乐于与我们接触并最终购买我们的产品（或服务），主要取决于他（或她）对我们销售人员本身的看法和销售人员满足客户实际需求的能力。

你可以尝试以下建议：学习一些举止行为礼仪方法，以便让人们从见到你的第一眼就对你产生良好的印象。

这很容易做到，但你需要进行实践和练习，而且还需要耐心和毅力。

<<销售新人的100天行动计划>>

内容概要

对于一名专业销售人员而言，最开始的100天是一段至关重要的旅程，在此期间，他需要一天天建立起自己的业务。

本书包含了销售专业人士取得成功所需要的基于丰富实践经验的建议，并且以“步步通”的形式表现，便于读者参照执行。

通常，销售人员总要面对潜在客户不接电话、不回应、拒绝见面、不肯听取自己的建议等一系列问题。

这些负面现象会严重打击销售人员目标的实现，而在本书中，读者将学会建立自信的技巧，以使目标客户积极回应、同意约见并最终取得销售成功。

本书的读者对象包含销售新手、具备一定销售经验、希望在现有岗位上更上一层楼的销售专业人士，以及那些想要帮助自己的员工提升销售能力的销售管理人员。

<<销售新人的100天行动计划>>

作者简介

吉米·瑞尔森，Sales Octane公司创始人、董事长，Sales Octane是一个致力于帮助他人掌握Time—honoured销售方法的组织。

吉米的销售事业起步于美国备受瞩目的Herman Miller公司。

作为《营销杂志》中评选的美国25位顶级销售员之一，吉米在Herman Miller公司成功开发出了多

<<销售新人的100天行动计划>>

书籍目录

译者序序 销售——热爱这份职业吧引言本书使用方法起步教程打破常规思考方式（从销售漏斗理论着手）第1章 了解自我，影响他人 第1天 准备工作：趁早行动！
阅读、计划制订和计划执行 第2天 了解自我——从自我做起——第一部分 第3天 了解自我——第二部分 第4天 如何判断潜在客户的行事风格？
第5天 掌控自我的期望值 第6天 销售法则1——销售的黄金法则：对方想要什么，你就给他什么
第7天 销售法则2——人们喜欢主动型购买，讨厌被动型购买！
第8天 调整行事风格第2章 你有哪些资源？
该如何利用这些资源？
第9天 整合现有资源：从现有资源着手 第10天 每一天，面向机遇，完成销售 第11天 设定目标，明确前进方向 第12天 销售法则3——不知不是福，无知就是无知 第13天 销售法则4——“价值”练习：10美分换1美元？
第14天 设计试探性的提问：当个倾听者，努力让客户开口第3章 人际关系网 第15天 客户关系：一切从打招呼开始 第16天 创建关联：从他们的职业着手去结识你的潜在客户 第17天 兴趣爱好的关联：了解客户的嗜好 第18天 需求的关联：为你的客户带来价值 第19天 销售法则5——你的人际网络就是你的净资本 第20天 销售法则6——真正价值的创造，并不仅仅局限于你所销售的产品和服务！
第21天 进一步接触：了解客户所知道的人和事 第22天 收集关联信息：分门别类做好记录 第23天 直接型和间接型关联：运用自己的人际网络去帮助他人 第24天 更进一步：为获得联络人信息奠定基础 第25天 要想收获就必须先付出：遵循这一黄金法则 第26天 销售法则7——天下没有免费的午餐：在工作中要承担义务、互惠互利 第27天 销售法则8——赞赏对方为你赢得更多回报 第28天 接触越广，机会越多 第29天 客户在购买其他商品和服务的同时，也需要你的商品和服务……是这样吗？
第30天 一流的公司拥有一流的商业线索 第31天 一流的销售人员掌握着一流的商业线索第4章 客户开发 第32天 以面向未来为指导！
第33天 销售法则9——决定命运的“物以类聚”理论 第34天 销售法则10——业务知识、人脉和客户！
第35天 以客户需求为导向 第36天 不断完善信息分享“团队” 第37天 销售对象评定标准：挑选合作拍档 第38天 何时说“不”：了解销售对象的“另一面” 第39天 客户来源 第40天 销售法则11——别让调查研究害得你迟迟不肯行动！
第41天 销售法则12——诚信就是做你承诺的事、做对客户有益的事 第42天 你的产品或服务有什么地方令人关注？
第43天 别让推销电话出现冷场 第44天 通过初次通话互建信任 第45天 运用恰当的语调打电话 第46天 打电话：就算你知道联系人的姓名，也要打通“把门人”这一关 第47天 销售法则13——从接触公司高管着手吧！
第48天 销售法则14——创造相应的环境，寻求销售对象 第49天 电话销售前所需的思想准备 第50天 隔山打牛：登门拜访，面对面地寻找销售对象 第51天 如果客户不回电，我们就要持之以恒 第52天 他们接电话了！
第53天 客户拒绝你的理由！
第5章 约定“ 第54天 销售法则15——坏消息不会随着时间的推移而好转 第55天 销售法则16——绝不要让各种真相坏了你的好事，但我提醒你一句：事实就是事实，它不容否认！
第56天 是否应该确认预约？
第57天 珍惜客户的时间，也珍惜自己的时间 第58天 对于第一印象的塑造，我们没有第二次机会 第59天 边走边聊胜过呆坐而谈：与客户面对面 第60天 要事第一：准备打电话给那些有控制力的或以消费购买行为具有影响力的客户 第61天 销售法则17——这是一个平等的竞争环境，没人比你更优秀 第62天 销售法则18——眼见为实，看得见才是王道！

<<销售新人的100天行动计划>>

第63天 要事第一：打电话给顺从型客户和稳重型客户前的准备 第64天 做笔记，用表格 第65天 大步前进！

安排好时间，确认销售进程和对方状况 第66天 在随后的销售电话中，不要忽略了自己的意图！

第67天 谁一直在谈个不停？

问题问得好，就有戏！

第68天 他们打算如何从你那里购买产品 / 服务？

第69天 销售法则19——为你的工作制订计划，然后付诸行动 第70天 销售法则20——“要事”与“快事”并不统一协调 第71天 沉默是金，把说话的主动权交给你的潜在客户！

第72天 解除“痛处”，减轻“痛苦” 第73天 逆向提问与“科伦坡”法：获取额外信息 第74天 中立式回答和否定式反问技巧第6章 销售心理——面对面的销售和电话营销 第75天 应对支配型客户的电话营销技巧 第76天 销售法则21——在你追求销售的知识时，你也在追求成功。

销售就是你的职业！

第77天 销售法则22——努力工作：销售的进程就是辛苦工作的过程！

第78天 应对影响型客户的电话营销技巧 第79天 应对稳健型客户的电话营销技巧 第80天 应对服从型客户的电话营销技巧 第81天 “我理解得对吗？”

以你的理解为内容的信件：创造责任感 第82天 推进下一步的工作：别托延，今天就打电话！

第83天 销售法则23——正确不是目的，实现目标才是目的 第84天 销售法则24——衡量你的期望，只有被量化才能被执行 第85天 按照客户的行为方式选择恰当的跟进方式第7章 建议 第86天 强调痛处：提出建议第8章 完成销售 第87天 迅速、机灵、离开——应对支配型潜在客户 第88天 停止玩笑：影响型潜在客户的应对策略 第89天 “以其人之道，还治其人之身”，应对稳健型潜在客户

第90天 销售法则25——鱼和熊掌不可兼得 第91天 销售法则26——对自我预期的管理：如何说“不” 第92天 “细节，细节”——应对服从型客户的策略技巧第9章 客户推荐 第93天 推荐型的见面准备

第94天 获得推荐的见面机会 第95天 推荐请求 第96天 答谢推荐人第10章 走向成功 第97天 销售法则27——正确有效的练习保证完美长久的成功 第98天 销售法则28——结果比开始更重要

第99天 销售职业真的适合你吗？

第100天 为你的将来树立正确的方向！

<<销售新人的100天行动计划>>

章节摘录

第30天 一流的公司拥有一流的商业线索 找出你在第29天时罗列出的每一项产品或服务，然后参考自己的人际圈子，看看哪些人是这些产品或服务中业绩最好的供应商。

在很多情况下，业绩最好的供应商是分布在不同的区域的。

找出这些最好的供应商是非常重要的，理由如下：首先，正如之前所讨论的那样，人们购买东西都是出于个人因素和情感因素的，然后再用各种事实和数字证明自己的购买决定是对的。

他们从那些自己对其有好感的人那里购买东西。

如果你打算成为客户眼中某一类产品/服务的最佳供应商，那么能和你这块市场上的其他产品和服务的最佳供应商搭上关系就显得非常重要了。

实际上，这些从“信息内部轮换”过程中发展而来的、具有领导地位的合作伙伴，将会向很多潜在客户对你进行一种极其重要的“推荐”。

等到你和这些合作伙伴的关系加深了，你会发现，原本在你的合作伙伴与其客户之间的那些个人纽带、情感纽带会逐渐转移到你身上。

虽然这种关系与你之前的不太一样，但你约见客户的成功率却能得到大大地提高，因为你的那些合作伙伴推荐了你。

在一定程度上，他们在自己客户中所建立的信誉将为你在潜在客户中的产品和/或服务带来信誉。

其次，一流的公司往往拥有更多的客户，对市场的了解也更深，商业线索的来源也更广。

最好的公司往往有专事寻找商业线索的内部人士。

让自己和最棒的伙伴搭上关系吧！

以下是如何找出最佳供应商的一些建议：把写有最佳供应商名字的表单告诉你现有的大客户，并请他们回答，在使用每种产品和服务时，他们分别选择的是哪家供应商。

如果对方是大客户，他们则很可能选择业绩良好的供应商。

问问你的客户，为什么他们选择这家供应商，并问他们是否觉得这名供应商现在仍然是一名很好的供应商！

问问你的客户，他们还评价了哪些供应商，他们对这些其他供应商有什么看法。

告诉你的客户，说你正在做一个项目，目的是找出在你的市场上，某些产品和服务的最佳供应商，你希望他们给出一些意见。

挑出某种产品或服务，问你的潜在客户：“让我们来谈谈某某产品/服务，好吗？”

您听说我们这个市场上谁是这种产品/服务最好的供应商了吗？

”先别急着聊天！

对每一种产品或服务，对方都会告诉你某家公司的名称，你就问“为什么是它？

”或者“是什么让您觉得他们是好的供应商？

”照着这个思路问下去，这样你就能尽可能多地拿到这类公司的名称和销售人员的姓名。

你还应该问问他们，在公司里还有谁能够帮助你找出那些他们没办法列出来的产品或服务——因为这些产品或服务的服务对象可能有所不同，而且那些买家也会买其他类别的产品/服务。

问问你的客户，他们之所以喜欢和这家公司有生意往来，销售人员是不是原因之一？

如果是，问出这名销售人员的名字。

翻出你的电话本。

那些广告版面最大的往往是比较大的供应商之一。

去他们的网站看看，你会对他们的规模和实力有个比较清楚的了解。

联系你的客户。

给你邮件列表上的每一个人发送电子邮件，告诉他们你正在做一个项目，想找出你这个市场上某种特定产品或服务的最一流的供应商，你希望得到他们的意见。

问问你的朋友、家人和其他商业伙伴。

关键是你要有这些产品或服务的类别清单，并且要不断地增加新的类别。

永远不要停止实施这一过程，因为你最终离失去合作伙伴、从此无法升迁，只有一个电话之隔。

<<销售新人的100天行动计划>>

如果你是一位领导，或是一名销售经理，你应该保存好这一信息，因为它在将来有可能会成为招聘销售人才的起点。

问问你的同行和你公司里的其他人，去征求他们的意见。

第31天 一流的销售人员掌握着一流的商业线索 有些产品和服务是和你的产品 / 服务没有竞争关系的，客户购买你的产品或服务，他们几乎也会在同一时间购买其他产品或服务，一旦你拿到了这些产品 / 服务供应商的名单，你就可以找出这些一流供应商中的顶尖销售人员了。

和一流的供应商情况类似，一流的销售人员也有着最多的客户、最多的商业线索，能提供最棒的参考信息，而且在市场中往往享有最好的声誉。

如果你想成为业界最棒的，你就得站在精英群里。

这份顶尖销售人员的名单是怎么来的呢？

可能来自于在第30天中提到你和你的那些客户的交谈中。

另一个办法是，你亲自拜访这家公司，并向该公司介绍自己，说你是一名销售人员，所在的行业与该公司的业务没有竞争关系。

告诉他们你想认识他们公司的某位销售人员，想向他们透露一些商业线索，这些线索应该对他们公司有好处。

不管你想找谁，你都应该这样问：“某某（某人的名字）是贵公司最棒的销售人员之一吗？”

继续问下去，直到你找出那名业绩最好的销售人员——谁让我们要寻找的人总是变幻不定呢？

和最后三天一样，把这份名单告诉你的同行，并尽可能多地找出顶尖的销售人员。

在这家和你没有竞争关系的公司里找出属于你的一流销售人员的名单，然后你就可以着手准备大干一场了！

<<销售新人的100天行动计划>>

媒体关注与评论

我们的全体员工正式采用了吉米的培训方案。毫不夸张，在很短的时间内我们的成功率提高7300%。吉米有个特殊的本领，他可以团结每个团队成员并与他一起工作，吉米Sales Octane公司将永远是我们商业计划案中的一个重要组成部分。

——亚当·坎夫曼（Adam Kaufman） Healthnet Foundation公司发展部执行总监 吉米善于“将事情变得简单化、可实现”，同时还注重“生活的情趣”，这使得他的销售培训更加富有成效和令人身心愉悦。

专业人员知道该如何开展行动。

很显然，自己所学的内容直接影响着你能否取得成功！

——保罗·奥森（Paul Olsen） Spacesaver公司董事长 精力与热情并非只是精神层次的内容，相反，它也是可以相互传染的。

吉米最出色的天赋在于他有能力使得经理层和销售人员学会认识到和发掘出自己的全部潜力。

我从他的专业知识和建议中获益匪浅，这从个人及职业角度都对我产生了潜移默化的改变。

——鲁克·阿尔泰瑞（Luke Altieri） Cardinal保健品公司外科用品区域经理

<<销售新人的100天行动计划>>

编辑推荐

顶级销售高手带你一步步走上成功之路，轻松“搞定”销售这件事。

在销售生涯最开始的100天证明自己，在《销售新人的100天行动计划》的指导下以“天”为单位逐步深入，积累财富。

《销售新人的100天行动计划》全面展示了专业销售人员如何一步步打造自己事业的全过程。以“天”为单位层层深入，该形式便于读者开展自我训练、进行自我测评，书中提供了100个饱经时间历练而总结出的科学想法，从而帮助读者走上成功之路。

刚刚踏入销售行业的新手 已经有了一定经验但仍渴望让自己的销售表现再上一个新台阶的老手 想找到一种可量化的方法来帮助自己手下的销售人员更快成长的销售管理人员

<<销售新人的100天行动计划>>

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>