

<<笑话中的销售学>>

图书基本信息

书名：<<笑话中的销售学>>

13位ISBN编号：9787121118449

10位ISBN编号：7121118440

出版时间：2011-1

出版时间：电子工业出版社

作者：凡禹，海霞 编著

页数：292

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>

<<笑话中的销售学>>

前言

做任何事情都不是一帆风顺的，销售更是如此。

销售员无时无刻不在面对销售过程中的挫折，遭遇客户的拒绝，承受多日没有签下一份订单的事实，直面许多人的冷眼和歧视……当你遭遇挫折、一筹莫展的时候，不妨停下来读几则小笑话，体会笑话中的销售哲理，也许你会有意外发现。

笑话一：销售话术的重要性瓦尔特太太：“这些墙纸好像也能当衣料，是这样吗？”

”售货员：“是的，但贴在墙上比穿在你身上更好看。”

笑话二：推销时机的重要性一个人在繁华的牛津大街上被公共汽车撞倒了，马上就有一群人围观。那个人神情恍惚地坐起来说：“我这是在哪里呀？”

”“先生，这是你正需要的东西。”

”一个街头书摊摊贩说。“伦敦地图——一张才35个便士！”

笑话三：懂得客户心理的重要性一个人在大街上听见卖报纸的高声喊叫着：“骇人听闻的诈骗案！受害者多达82人！”

”他连忙走过去买了一份。

可是把整张报纸翻了个遍，也没找到那篇报道。

正在迷惑不解的时候，只听卖报人吆喝起来：“骇人听闻的诈骗案！”

上当者已达83人！”

”其实销售的世界并非是神秘莫测的，销售的学问也不是晦涩难懂的，本书将销售学与日常生活中的小笑话结合在一起，让销售学褪去枯燥的外衣，使其以自然生动、平易近人的姿态呈现在读者面前.让更多的人了解销售学，并轻松掌握更多的销售学知识。

<<笑话中的销售学>>

内容概要

销售的世界并非神秘莫测，销售的学问也不晦涩难懂，本书将销售学与日常生活中的小笑话结合在一起，让销售学褪去枯燥的外衣，使其以自然生动、平易近人的姿态呈现在读者面前，让更多的人了解销售学，并轻松掌握更多的销售学知识。

<<笑话中的销售学>>

书籍目录

第1辑 读笑话,谈销售基本知识 请嫁给我吧之一——一笑谈直销 请嫁给我吧之二——笑谈有奖销售
请嫁给我吧之三——笑谈电话营销 请嫁给我吧之四——笑谈销售渠道 请嫁给我吧之五——笑谈
客户信息反馈 请嫁给我吧之六——笑谈销售代理 请嫁给我吧之七——笑谈客户关怀 请嫁给我吧
之八——笑谈买一送一 请嫁给我吧之九——笑谈品牌效应 请嫁给我吧之十——笑谈促销 请嫁给
我吧之十一——一笑谈宣传的效力 请嫁给我吧之十二——笑谈市场监管第2辑 读笑话,谈客户的消费
心理 应聘——客户的心思你要猜 经验之谈——客户都喜欢被赞美和恭维 夜晚飞来的艳遇——笑
谈消费示范效应 稀世之宝——客户都有对稀缺东西的占有心理 大智若愚——客户都有贪便宜的心
理 又多一人——客户都有好奇的心理 越贵越买——笑谈“凡勃伦效应”第3辑 读笑话,
谈销售人员的素养与心态第4辑 读笑话,谈销售人员自我管理第5辑 读笑话,谈销售的细节第6辑
读笑话,谈销售口才第7辑 读笑话,谈产品介绍第8辑 读笑话,谈客户开发第9辑 读笑话,谈成交
技巧第10辑 读笑话,谈市场细分第11辑 读笑话,谈营销策略第12辑 读笑话,谈市场的开拓与策
划

<<笑话中的销售学>>

章节摘录

插图：我们可以将商品缺陷分为两个部分：一部分是指商品本身不符合行业标准和国家标准，国家标准是最低标准，行业标准是商品进入市场的基本标准。

这类商品本身存在着问题。

第二部分是商品和竞争对手商品比较存在着不足。

也就是说，商品本身不符合企业标准。

企业标准是某一行业中领头企业的平均标准。

任何一件商品都很难在各个方面做到行业中的第一。

销售员在推销过程中大多考虑到的是行业标准和国家标准，而没有考虑到企业标准。

而客户考虑的往往是企业标准，他是通过货比三家来购买商品的。

因此商品存在缺陷是必然的，关键是销售员如何将有缺陷的商品推销给客户。

如实承认商品的缺陷能够得到客户的信任。

广州某服装店曾醒目地贴出一幅告示：天鹅牌衬衫系国际流行最新式样，一直供不应求。

现因我们选料不慎，出现了一批质量不符合出口要求的商品，为此，特降价处理销售，敬请广大客户帮忙。

结果告示贴出不到一天，所有的衬衫一售而空。

承认商品的缺陷，要求销售员必须秉承为客户负责的原则，讲求诚信，同时在承认商品缺陷中也存在相当的技巧。

(1) 商品本身不应该存在大的缺陷。

在介绍商品缺陷时，应该尽量让客户感觉到这种商品的缺陷是微不足道的。

这样就不会动摇客户的购买信心。

(2) 不要将商品缺陷说得太多。

缺陷说得太多，客户是记不住的，客户记住的仅仅是这种商品缺陷很多。

如果客户对商品持有这种态度，商品销售怎么能够成功呢？

(3) 尽量采取方法弥补商品缺陷给客户带来的不快，比如给客户一定的优惠条件等。

<<笑话中的销售学>>

编辑推荐

《笑话中的销售学》：听1小时大道理，不如读1分钟小笑话！

商店经理——顾客永远是对的甚商店的经理正在斥责他的一个售货员：“我看见你在和一位顾客争吵。

”他非常恼火地说：“你不记得了，在我的店里顾客永远是正确的。

你懂了吗？

”“是的，先生，”售货员说，“顾客永远是正确的。

”“你刚才为什么和他争吵？

”“噢，先生，他说您是个白痴。

”“顾客是上帝”永远是经营者的信条。

智慧经营的真谛应该是赢得每一位顾客的“心”，并在心与心的交流中获得精神与物质上的双重“货币”。

温泉浴——不要夸大产品功能一位风湿病患者问经理：“这里的泉水是否对身体有好处？

洗过温泉浴，我的病会减轻吗？

”“我举个例子，”经理说，“去年夏天来了个老头，身体差得要坐轮椅，他在这里住了一个月，没付钱就骑自行车溜了！

”没有一种产品能够满足消费者的所有需求。

对商品的价值，销售员要做的不是任意夸大产品的功能，而是强调客户所希望的核心价值。

及时推销——把客户需求转化为卖点一个人在繁华的牛津大街上被公共汽车撞倒了，马上就有一群人围观。

那个人神情恍惚地坐起来说：“我这是在哪里呀？

”“先生，这是你正需要的东西。

”一个街头书摊摊贩说，“伦敦地图——一张才35个便士！

”永远记住这个原则：客户的需求是第一位的。

发现客户的需求不是目的，引导客户的需求也不是目的，销售的最终目的是把客户需求转化为产品卖点。

忘记带钱——销售回款为什么这么难顾客：“对不起，这顿饭费我付不了了，因为我忘记带钱了。

”服务员：“没有关系，先生，请把你的尊名和联系方式写在墙上，你下次来的时候再付好了。

”顾客：“这可不行，别人会瞧见我的名字的。

”、服务员：“把你的大衣脱下来挂到墙上，不就可以遮住了吗？

”赊销不等于销售，实现“完全回款”才是真正的销售。

<<笑话中的销售学>>

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>