

<<中式推销>>

图书基本信息

书名：<<中式推销>>

13位ISBN编号：9787302281740

10位ISBN编号：7302281742

出版时间：2012-6

出版时间：清华大学出版社

作者：谭一平

页数：124

字数：149000

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>

<<中式推销>>

内容概要

《中式推销》由谭一平所著，以“我”作为一个公司推销老手的10年经历，介绍推销工作的基本知识，让读者对在中国做推销工作有一个基本的了解，并掌握实用的“中式”推销技能。

《中式推销》适合所有从事市场营销工作的推销员和其他爱好者阅读，也可以作为企业和社会培训机构的培训教材。

<<中式推销>>

作者简介

谭一平，以研究职场问题为主的职业作家，1976年高中毕业后作为知青下乡劳动三年；1983年大学毕业，获经济学学士学位，同年分配到中央国家机关工作1994年辞职自己创业，从事推销工作十多年，积累了丰富的推销经验目前以写作为主，为联想集团、华为、中国科学院等知名企事业机构做过培训，被多所大学聘为兼职教授和客座教授

<<中式推销>>

书籍目录

第二版序

序言 人生需要推销技巧

第一部分 推销员形象

自信比相貌更重要

三分长相，七分打扮

微笑是心灵的名片

决定业绩的不是性格

上门推销有备无患

对公司与产品如数家珍

第二部分 拜访客户

有效客户就是MAN

电子邮件不能是垃圾

“拒绝”是第一次约见客户的代名词

阎王好见，小鬼难缠

第一次拜访客户要知己知彼

第一次拜访客户推销是形象

第二次拜访关键在机智

定期巡访要的是细心

拜访之后多“反省”

拜访客户去得早不如去得巧

朋友帮忙别成帮“倒忙”

客户避而不见有“内因”

能用无礼对待客户的无礼

出差不是带薪旅游

惜时如金巧安排

第三部分 与客户谈判

客户只信赖自信的推销员

没了解客户之前最好不报价

水从高处流，价从高处报

“降价”是把双刃剑最好不用

客户砍价往往只是一种心理游戏

调价之前多沟通

公司报价只能有一个声音

价格战之前常常“山雨欲来风满楼”

价格不是竞争的唯一武器

发完货只是万里长征的开始

生意做熟不做生

换位思考懂你不难

公司原则与客户交情需巧平衡

一个老客户等于五个新客户

客户被挖须亡羊补牢

不为“钉子”客户付额外的代价

鱼龙混杂客户亦有假

客户索赔，赔礼不赔理

第四部分 与客户交往

<<中式推销>>

推销就是少说多听

“奉承”是推销的秘诀

请客户怎么吃比吃什么更重要

请客户既要讲“酒德”又要比“酒谋”

娱乐场所所有“分寸”

送礼送得多不如送得好

招待客户要巧花钱

第五部分 推销员自律

重时守诺推销之本

无德对手以德待之

市场信息我先知

“嘴皮子”与“笔杆子”一个都不能少

将在外，君命有时可以不受

单打独斗需后援

跳槽只是手段而不是目的

健康是推销员唯一的本钱

可以好色但不能贪色

君子爱财，取之有道

耍“小聪明”只能赚小钱

交一个好友胜读十年书

推销员家和万事兴

当三流的老板不如做一流的推销员

<<中式推销>>

章节摘录

那天约好客户是十点整见面，不到九点五十分，我们的车就到了他们的办公楼前。下车前，我让业务员先整理一下自己的仪表，看头发是否乱了，肩膀上是否有头皮屑，领带是否松了或卷了，西服口袋是否塞在里边，皮鞋是否擦干净……总之，从上到下都要检查一遍。上楼到了前台，业务员告诉前台小姐，说我们是某某公司的，约好与他们的老总见面。前台小姐马上笑容满面地说，老总早就在等我们了，随后领着我们来到装修考究的会客室。

不一会儿，老总带着两个具体业务负责人进来了。交换名片过后，我们就寒暄起来。

聊了两三分钟，对方老总大手一挥：“这样吧，大家时间都紧，我们开始谈正事吧！”在业务员把我们公司的简介分送给对方之后，我简明扼要地介绍了我们公司的背景、规模、经营范围和优势。

待我说完，业务员又详细地介绍了我们的主打产品--纳米汽车空气净化器，并当场作了演示。

看完演示后，对方老总当场表示对这种产品很感兴趣，待他们研究之后，尽快给我们答复。快十一点了，对方老总邀我们一起吃顿“便饭”，我以公司还有事为由谢绝了。

“可能是双方高层都在的缘故，不知为什么，我觉得自己今天有些紧张。”下楼上车后，业务员似乎还有些紧张。

“我看出来了。”我说，“当他们的台小姐给你送茶时，你就忘了说句‘谢谢’。下次即使你正在说话，如果有人给你沏茶，你也应停来说句‘谢谢’，这是一种应有的礼节。”

推销员在拜访客户的时候，一定要尊重客户办公室里的每个人。你这样做，不仅能显示你的人品，也会无形中增加你的人气指数。如果大家都对你产生了好感，认可了你的人品，那么，你与客户沟通时的气氛就会不知不觉地融洽起来。推销员要迅速拉近与客户心理上的距离，其实没有什么窍门儿，就是要处理好每件这样细微琐碎的小事。

“今天他们一下来了三个人，由于不知道另外两人的姓名和职务，所以心里有些紧张。”业务员说，“过去只通过电话，他们三个一起进来，不知道谁是老总，怕闹出笑话，心里更紧张。”

……

<<中式推销>>

编辑推荐

《中式推销》是一本将西方先进营销理念和技巧与中国商情结合比较好的实用读物在中国市场推销中所需要注意的方方面面，《中式推销》基本都有所提及作为有十几年推销经验的老手作者更像一位老友你没考虑到的，他帮你提醒；你熟视无睹的，他帮你强调平实的语言，丰富的案例娓娓道来的是多年的经验之谈剩下的就是你自己的领悟和实践。

<<中式推销>>

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>