第一图书网, tushu007.com

<<野狼店长>>

图书基本信息

书名：<<野狼店长>>

13位ISBN编号：9787506032643

10位ISBN编号：7506032643

出版时间：2008-8

出版时间：东方出版社

作者：张启峰

页数：195

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

第一图书网, tushu007.com

前言

《周易》中讲：“ 君子藏器于身，待时而动。
”其中“ 器 ”指的是本领和能力，意思是说：有作为的人一定是先把自己的能力准备好了，然后等待时机，顺势而为。
这也就是我们常常说的“ 机会只属于准备好的人 ”！
当我们的顾客在家居建材卖场转了一整天还在犹豫徘徊的时候，你是否注意到了他们那疲惫的步伐和憔悴的面容?是否注意到了他们那迷惑而无助的目光?是否感受到他们那种忧虑又茫然的心情?还是在一旁冷眼旁观、幸灾乐祸地想：“ 哼!知道累了吧，没买到吧，挑剔鬼！
”

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书内容是张老师在全国讲课多年总结出来的精华，非常适合家具建材行业的销售人员，对其他行业的营销人员也有着很强的借鉴作用。
内容既符合企业的老总们看，对店面的销售经理非常实用，也对一线销售人员有很大帮助。
《野狼店长》以“狼性”讲销售，全书的框架即作者所提出的家具建材业销售人员的五种能力模型：素质力模型、客户力模型、销售力模型、思维力模型、心态力模型，称为“狼性五力模式”。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

张启峰，和君智业企业管理顾问（北京）有限公司董事长。
和君伟业企业管理咨询中心首席培训师，美国ICDC国际认证机构评估师：国内著名营销教练、实战培训专家、咨询专家、“ 野狼销售训练营 ”首席教练。

张启峰老师曾为新润成陶瓷、新乐（鹰）卫浴、高第卫浴、澳斯曼卫浴

书籍目录

序第一篇　“ 人才 ”变“ 人财 ”——点石成金　一、狼性的五种迷人魅力　（一）充满野性的淡定从容——自信力　（二）强烈的探索搜寻欲望——理解力　（三）摄人魂魄的震慑力量——影响力　（四）自我与他人的完美结合——取悦力　（五）从一而终的自我执行——恒定力　二、走向卖场高手的“ 天龙八步 ”　（一）销售意识　（二）服务意识　（三）积极心态　（四）理智思维　（五）专业知识　（六）补偿感　（七）成就感　（八）亲和力　三、卖场高手素质模型塑造 第二篇　店面销售呈现——木本水源　一、山盟海誓的郑重宣言——出售“ 承诺 ”　（一）服务在未成交之前　（二）将尊重留给顾客，把过错揽在自己身上 二、先培训、后交易——贩卖“ 知识 ”　（一）金色拱门的QSCV经营理念　（二）商品的质量、工艺等是顾客的唯一追求吗　三、创造顾客“ 赢 ”的氛围——突出“ 感受 ”　（一）“ 张秉责现象"——收益分割　（二）旅行社的报价方式——损失合并　（三）没有菜谱的酒店——温情　（四）宜家的细节服务——温馨　四、与价格对应的孪生姊妹——对比“ 价值 ”　（一）总体价值的含义——产品、人员、形象、服务　（二）总体成本的含义——价格、时间、体力、精力 第三篇　店面终端销售攻略——水到渠成　一、快速销售的“ 2、3、4 ”法则　（一）说不如听，听不如问　（二）“ 问 ”的2种方式——开放式和封闭式　（三）顾客的3种需求——显性需求、隐性需求、真实需求　（四）“ 问 ”的4种内容——S、P、I、N　二、绝对成交的十大定律　（一）何谓“ 卖点 ”与“ 买点 ”　（二）FAB的整体销售逻辑与模式　（三）竞争对手的“ 优先顺序 ”调整　（四）指导性建议　（五）商品的价值塑造　（六）资质证明　（七）卖产品不如卖自己　（八）顾客利益　（九）调频顾客　（十）转介绍　第四篇　打开绝对销售的“ 脑空间 ”——真金不怕火炼　一、成功“ 赢 ”销者的三种战略性思维　（一）共赢　（二）换位思考　（三）专注　二、成功“ 赢 ”销者的三种战术性思维　（一）目标意识　（二）尊重意识　（三）随机应变　三、成功“ 赢 ”销者的两种行动性思维　（一）行动　（二）反省第五篇　心态决定一切——积土为山　一、成功“ 赢 ”销者必须克服的三种逆反性心态　（一）没有任何借口　（二）没有绝对的公平　（三）顾客永远是对的 二、成功“ 赢 ”销者做事的五种微观心态　（一）绝对用心　（二）超越期望　（三）危机意识　（四）窗口意识　（五）细节意识　三、成功“ 赢 ”销者走向辉煌的两种心态　（一）积极的态度　（二）感恩的态度附录

章节摘录

第一篇“人才”变“人财”——点石成金一、狼性的五种迷人魅力在销售卖场中如何让我们的顾客舒服？
如何轻松地卖出我们的商品？
如何让我们自己成为一名优秀的销售人员？
要成为一名优秀的销售人员应该具备什么素质？
这都是我们急需解决的问题。
我认为，要想成为卖场高手，就必须具备“狼性”，而“狼性”是什么呢？
我们从下面这首《野狼之歌》里体会一下吧：野狼之歌狼，任天寒地冻，也要出去觅食，狼，嗜血、敏锐，闻腥而至，狼，责任、秩序、合作，狼的集体强大而令人生畏！
我们卖场人员就应该像狼群一般，任市场低迷，也充满斗志地主动出击，激情、敏锐，不会放过任何一个市场机会，责任、秩序、合作！
你的店面队伍也将强大而令人生畏！
而这一切，取决于每一位销售精英，因为，兵狼狼一个，将狼狼一窝！
从这首激情豪迈的歌词中，我们看到狼具有独特的性情：镇定、求索、强势、内敛、毅力，这就是狼性。
曾几何时，我们认为狼是一种凶猛、嗜杀成性、残忍的动物，那是因为我们并不懂得狼团结、勇敢、智慧的另一面。
在这个竞争激烈的年代，我们所极度缺少的正是这种狼性。
我们应该欣赏狼，赞美狼，尤其是销售人员，应该成为像狼一样的强者。
（一）充满野性的淡定从容——自信力让我们来欣赏这样一个故事，它清楚形象地给我们展示了何为狼性。
遥远的北方，冰天雪地，有一群狼在极其恶劣的环境中艰难觅食，一声声“嗷”、“嗷”的狼嚎遍传四野。
突然，一头黑狼发现了猎物，它激动万分，极速奔跑而至，却发现所谓的“猎物”是一头庞大而凶猛的怪物。
黑狼与那怪物只决斗了几个回合，便败兴而归。
它报告狼王，以待狼王抉择。
狼王迅速组织狼队，以黑狼为前锋，开赴前进。
最后，狼队分工协作，只在极短的时间里，那怪物就已经成为群狼的腹中美食。
故事就是那么简单，但是，我们通过细致的分析，会发现狼具有自信这种可贵的品质。
首先，那只冲锋在前的黑狼对这次胜利来说，功不可没。
我们知道，那只黑狼面对强敌不退缩、不胆怯，勇敢地迎战；在尽全力而不能完成任务时不鲁莽、不慌乱，马上报告狼王。
由此，我们可以把黑狼这种做事不讲任何借口，勇往直前，斗智斗勇的优秀品质归结为一点，就是：充满野性的淡定从容——自信力。
那么，在现实中，何为自信力呢？
我认为，自信力是一种自我激励的能力，是告诫自己“一定能行”，对自己满怀信心的积极心态。
我们的销售人员和黑狼直面敌人一样，同样也冲在卖场的第一线，面对顾客，是否具有像那匹黑狼一样的自信力呢？
在这里，我就销售人员所需要具备的自信力下一个定义：销售人员在被顾客拒绝时的自我修复能力。
从这个定义来看，销售正是从顾客的拒绝开始的。
据调查显示，真正的销售通常是在顾客的第五次拒绝之后才开始的。
销售人员的自信力对客户开发有重要作用。
如何打动一个客户？
在与客户谈判的过程中，如何能保持优势，令客户心悦诚服？

这都需要我们具有自信力。
然而，在实际销售中，我们往往不能表现得很自信，特别是在强势的客户面前，我们经常会显得没有底气。
那么，在面对顾客接二连三的拒绝后，怎样才能继续保持我们的自信力呢？
我们的古代先哲很有智慧，商界的先祖们早已给我们留下了宝贵的经验，那就是“只有嫌货的顾客才是真正的买货人”。
怎么讲呢？
从销售经验中，我们得知：越是挑剔的顾客，购买欲望越大，购买的可能性也就越大。
越来越多的挑剔意味着真正交易的可能性越来越大。
那是因为，顾客都期望从对商品的不断挑剔中获得商品的更多信息，并使我们在价格上做出更多的让步。
然而，很多销售人员却常常对此“毫无反应”，要么对顾客暗自生气，表情冷漠；要么就急于摆脱，心里不屑一顾。
一般情况下，为了买卖的成交，面对顾客在价格上的一压再压，我们都会一让再让，以至于最后直接导致商品价格过低。
那么，为什么会出现这种情况呢？
为什么我们在和顾客商谈的时候，无意识中就使产品的价格一跌再跌，甚至最终降到了底线之下呢？
原因只有一个，那就是我们害怕拒绝，我们对自己的产品没有信心，我们不能确定我们的产品是否优于其他同类产品。
只有在不自信的情况下，我们才会被顾客的拒绝和贬损占去上风，才不能令顾客心悦诚服。
相反的，如果我们很自信，就不会被顾客的挑剔和强势所震慑，就不会面对顾客的质疑而笨嘴拙舌，哑口无言。
因此，只有具备自信力的人才能在与顾客的商谈中从容不迫，勇往直前，并取得最后的胜利。
一个对自己产品没信心的销售人员是不适合从事销售这个行业的。
一个卖家具的销售人员要永远认为自己所销售的品牌是最好的；一个卖地板、门窗的销售人员应该自豪地说：“我的木头是最棒的！
”一个卖卫浴商品的销售人员会因为顾客对他说“你的马桶最好”而激动万分！
这是什么呢？
这就是自信！
那么，如何来增强我们的自信力呢？
谈到自信力，我们要提到一个人，一个富有传奇色彩的女性，那就是“打工女皇”——吴士宏。
吴士宏，一个在中国商界叫得很响的名字，一个出生于20世纪60年代，具有满、蒙、汉三族血统，儒雅而刚烈的女子，一个曾经只有专科文凭的北京椿树医院的小护士。
然而，就是这样的一个平凡女子，成为了亿万人瞩目的“打工女皇”，给中国千千万万怀着梦想的打工者树立了一个光辉的榜样，激励着无数打工者奋发图强，改变自己的命运。
要问是什么，让吴士宏如此成功，毫无疑问就是她身上的那股子自信力。
吴士宏曾经这样说过：“如果说什么促使我往上走，那就是这种来自自卑的不断刺激。
当时就像有人不断用鞭子抽打着我，那样一种痛，一种触及心底层层包裹下的自卑和尊严的纠结，对我刺激的力量是如此强大，我后来花了几年时间才克服并超越了这种自卑。
自卑之后，才有升华，才有自信。
而有了自信，可以促使你做更多的事情。
”从她的这番话中，我们不难看出吴士宏并非在从业之初就是自信的，相反却是自卑的。
这是因为，她最初的资质也并非很高。
我们从她的奋斗历程中了解到，吴士宏的第一份工作是做护士，第一次领工资的时候她还不到16岁。
1985年，吴士宏在工作之余才获自学高考英语专科文凭，随后，又抓住时机到IBM面试，受聘做了一名办公室文员，管理办公勤务，直到后来，她才利用公司的一次培训机会进入销售部门。
而后，由于其销售业绩突出，历任大客户销售代表、销售经理，到1995年，任IBM华南分公司总经理

，被尊称为“南天王”。
1997年，又任IBM中国销售渠道总经理，1998年受聘担任微软中国公司总经理，1999年底，加盟国有企业TCL集团，出任TCL集团常务董事、副总裁，TCL信息产业集团公司总裁。
吴士宏这样一路走来，势如破竹，事业如上九霄。
而所有的成功都来自她的自信，有了自信，她才通过了她人生中最重要的一次面试，抓住了她人生职场中最重要的一次机会。
1985年到IBM的面试就是吴士宏人生中的那次重要转折。
面试的时候，她所应聘的职位是销售。
当时在老板看来，她并没有足够的资格胜任这样的职位。
但是，她并没有气馁，转而向老板毛遂自荐要求做一名普通的勤杂工。
然而，像IBM这样的国际公司，想要在里面做个勤杂工也是不易的。
当时，老板问她会不会打字，在那个很多人都还不知电脑为何物的年代，这是一个多么挑剔的条件。
如果是一个普通的应聘者面对这样的问题，或许会惊慌失措，或许会落荒而逃。
然而，吴士宏这个果敢而又智慧的女子却坚定地给了老板一个满意的回答，她说：“我会打字！”接下来，老板又问：“你一分钟能打多少字？”这个问题就更难为她了，因为她并不知道每分钟打字的标准是多少。
就在这紧要关头，又是自信给了她力量，让她临危不惧，处变不惊。
她镇定地反问老板：“你们一般要求一分钟要打多少字？”老板听后，笑了。
他笑这个有意思的中国姑娘是那么地聪明，那么地自信。
他欣赏地回应了她：“一般要达到一分钟六十个字。”吴士宏听罢，立即回答老板：“我一分钟也能打六十个字。”老板看着这个自信而镇定的姑娘，就给了她一次宝贵的复试机会。
然而，有谁曾想，这个表现镇定自若的姑娘连电脑都很少接触，又哪里会打字呢。
但是，她就是这样用她的自信争得了她人生中的这次重要转机。
后来，她也经常和别人提及这件富有传奇色彩的事情，她在她的《逆风飞飏》中引用《诗经》中的句子概括自己：“实之、华之，兹乃兼求；逆风兮，顺风兮，无阻我飞飏。”吴士宏从护士到勤杂工到销售人员到“南天王”，再到IBM中国销售渠道总经理和微软中国公司总经理，直至后来的TCL信息产业集团公司总裁，她的历程辉煌而耀眼。
当初的她一没钱，二没背景，三没势力，有的只是身上那股子自信力，是她的自信力塑造了她的气魄和果敢，使她能排除万难而终获成功。
作为一名销售人员，你可以向吴士宏学习，但并不是所有的人都能成为吴士宏。
而在你不能像她那样自信的时候又该怎样做呢？
对于此，我们同样引用吴士宏说过的一句话：“发挥长处，不克服短处。每个人的长处和短处都是与生俱来的，对于领导者来说，没有必要去改造。”我们都是自己的领导者，都有自己的长处，只要发挥自己的长处，就可以使劣势变为优势。
对于我们所销售的产品来说，同样是这个道理，把握好自家产品的优点，找准特点，就是优势。
人要做自己，独一无二，产品也一样，要做出特点，才能天下无双，出奇制胜。
为了更好地说明销售人员应该具备自信力，我们再举一例：有两个代理相同品牌、面积相同的建筑陶瓷店面，一个在武汉，一个在长沙，然而销售情况却截然不同。
在武汉的店面，销售额很高，店内产品的价格也越卖越高；而在长沙的店面销售额却很低，所卖产品的价格也越来越低。
那么，为什么同样的品牌，同样的店面，会出现两种不同的结果呢？
除去市场的其他因素（我调研发现，两个城市消费能力指数在行业内基本一致，其他各方面条件也基本相同），我们只能从销售人员身上找原因了。
结果发现武汉店面的销售人员对自己的产品信心满怀，在面对强势顾客的质问时表现得从容不迫，不但能巧妙地解答顾客所有的疑问，甚至还能自如应对顾客有意的贬损，消除顾客的后顾之忧；而长沙

店面的销售人员却很不自信，对顾客的疑问不能给予合理的解答，时常产生慌乱和退让的心理，甚至忘记为顾客介绍很多本可以让他们眼前一亮的产品功能，以至于最后只想在价格上给予顾客优惠，以博取顾客的倾心，结果既贬损了产品的价值又没能使顾客信服。
因此我们说，要做一名合格的销售人员必须要有自信力。
有一副对联很有味道，上联是：“ 说你行，你就行，不行也行！
”下联是：“ 说不行，就不行，行也不行！
”横批是：“ 不服不行！
”在此，我们把它改为上联是：“ 说我行，我就行，不行也行！
”下联是：“ 说不行，我还行，行就是行！
”横批是：“ 不服不行！
”（二）强烈的探索搜寻欲望——理解力自信力是狼性五种基因的第一种能力，而狼性基因的第二种能力则是：强烈的探索搜寻欲望——理解力。
也许我们都知道“ 狼群 ”在觅食的时候是如何锁定自己要捕杀的目标的。
狼群在围捕和驱逐的过程中不断观察，盯紧那些在被驱赶的过程中跑得最慢、体力最差的野牛，这些体弱迟钝的野牛是它们所猎杀的对象。
在卖场中也一样，我们的销售人员也在不时地揣摩哪些是他们真正的潜在客户。
然而，所不同的是，具备像狼一样有强烈探索欲望的销售人员可以尽快锁定目标，准确出击。
而那些不具备搜寻欲望的销售人员却往往丧失了好机会还茫然不知。
强烈搜索顾客欲望的理解力也是针对于客户开发而言的。
因此，卖场的销售人员在客户开发阶段，除了要具备淡定从容的自信力以外，还要具备理解他人的能力，也就是理解力。
为了更好地了解“ 理解力 ”，我们通过一个有趣的小故事——《公园长凳上的情侣》——给大家作一下阐释。
在刚入秋的夜晚，一对青年男女坐在公园的长凳上谈情说爱。
突然，一阵秋风吹过，姑娘下意识地抱住胳膊说了声：“ 哎呀，好冷啊！
”在听到姑娘的这番话时，不同的人会有怎样不同的反应呢？
在听到姑娘说好冷时，第一个人回应道：“ 哎！
是好冷，已经入秋好几天了。
”第二个人说：“ 是冷，那咱们回家吧。
”第三个人不说什么，就直接把自己的衣服给姑娘披上。
第四个人则是把姑娘拉入怀中，紧紧搂住，再轻声问姑娘一声：“ 这样暖和一点了吗？
”那么，我们来判断一下这四个人的做法，哪种会更有效果，你又是哪个人。
其实，我们都明白姑娘的意思，姑娘更多的是需要男友对她的关怀和嘘寒问暖，这就是她的话的弦外之音。
如果我们只是像第一个人的反应一样，那就是“ 不解风情 ”了，他这种迟钝和粗心，就会让人以为他很冷漠。
而其他几种明显要比第一个的回答要好，当然，最好的反应是最后一种答案。
那么，当听到顾客评价我们产品的时候，我们的销售人员能不能像那个深明姑娘之意的第四个人一样很好地理解我们顾客的弦外之音呢？
没有很强的理解力，就不能正确地了解顾客的所想所需，就不能有效地抓住客源。
中国人的性格含蓄，表达自己的看法往往不够直接，所以在与别人交流时，我们不能对对方只知其一，不知其二。
下面，我们再用一例《不要糖的小孩》来说明卖场中存在的这种问题。
一位中年女士带着小孩到商场给老公买礼物，商场经理看到以后上前招呼。
一般的销售人员都知道，要想招呼像这位女士一样的顾客，应该先招呼她的小孩。
于是，经理笑着对孩子说：“ 小朋友，这里有糖，过来拿吧！
”小孩听到这句话后，却没有上前去拿糖，而是后退了一步。

经理看到并没有气馁，又上前一步说：“ 小朋友，这里有糖，可以吃的！
”然而，小孩听后又后退了一步，搞得经理很没面子。
这时，那位女士为了化解尴尬的气氛，就对自己的孩子说：“ 去拿吧，宝贝！
”

媒体关注与评论

我是张启峰老师的忠实听众，多次聆听张老师的精彩课程，感悟极深：张老师通过对建材家居行业的深入调研，提出了一些有针对性的解决方案，全面诠释了这个行业上游、中游和下游存在的各种问题并给出了一些具体的指导方案，张老师以其热情、大方的授课风格最大限度地调动了现场学员的热情和：学习的积极性，使大家听后有“如同在剖析自己”的感觉！
相信《野狼店长》的出版，将会对提高终端销售人员的能力起到积极的推动作用。
——梅素彬欧路莎卫浴总经理培训有多种形式，培训师有多种风格。
有的人会让我们知道更多，有的人会让我们得到更多。
知道可以提升我们的智慧，而得到却能成就我们的发展。
张启峰老师就是一个能让我们得到更多的人！
——戚麟荣麟世家家具总裁张老师讲课生动活泼，极富哲理，具有实战性，趣味性，所有学员甚感满：卷，内容深入浅出，举例恰当贴切，蕴涵营销学、管理学、心理学、经济学的思想光芒，启发人去思考，激励人去奋进，促使人去战斗！
以野狼的嗜血、敏锐、闻腥而至的精神塑造销售团队的责任、秩序与合作，我的思维不再被日常销售事务纠缠，而尽情地迈向未来。
——徐建中新乐（鹰）卫浴营销总监营销人员的“狼性”是一种可塑造的能力，张老师“野狼店长训练营”的课程正是针对建材家居行业的营销人员进行的相关能力的培训，方向性强，注重实战，是能让营销人员大有收益的课程。
——杨占江远东神华陶瓷公司董事长张老师的课程很生动、富有激情，最重要的是紧密结合了家居建材行业销售人员在工作中遇到的问题。
案例的剖析也恰到好处，具有很强的指导作用。
相信《野狼店长》的出版会积极推动终端销售网队“狼性”思维的建立和销售技能的提升。
——吴晨曦TATA木门董事长

编辑推荐

《野狼店长》献给常年战斗在家居建材行业销售一线的朋友们！

第一图书网, tushu007.com

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