

<<销售之魔之理念篇：营销的秘诀>>

图书基本信息

书名：<<销售之魔之理念篇：营销的秘诀>>

13位ISBN编号：9787506067416

10位ISBN编号：7506067412

出版时间：2014-2

作者：[日]田中道信

译者：陈晓丽

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>

## <<销售之魔之理念篇：营销的秘诀>>

### 内容概要

如果身为领导，就必须学习的“销售之魔”的教训。

曾打造“以营销立业的理光公司”的田中道信，为全体领导者写下的经营秘诀。

包含了只有经历过“解除董事职务—贬职—复活”，并经历了地狱体验的人才有的丰富内容。

书中包含作者成功与失败的典型例证，通过这些例子阐述能够在当代社会脱颖而出的领导者所应具有

的素养。

作者认为，销售的基本条件是“人心”。

如字面所示，通过商品和服务俘获消费者的心。

但是这种所谓的“俘获心”、“心相连”并不只是向消费者这种公司外部的存在谋求，也应是公司组

织内部的领导与员工，或同事应有的状态。

## <<销售之魔之理念篇：营销的秘诀>>

### 作者简介

田中道信，1929年出生于日本佐贺县，是日本最富盛名的营销专家之一，被称为“销售之魔”。全球500强企业理光集团奇迹复兴的缔造者，打拼商界60余载，85岁仍担任数十家企业的要职。

年仅40岁就担任世界500强企业——理光集团（办公设备及光学机器制造商）最年轻的董事，后任理光集团三爱公司的常务董事、社长等职，接手仅4年，运用卓越的营销才能，迅速使三爱公司实现扭亏为盈，并在日本女装专卖店行业中，销售额跃居首位。

1996年卸任三爱社长以来，以经营咨询顾问的身份，从事企业经营指导，十几年来，培养出多家上市公司和业界一流企业。

1996年开始，他作为经营顾问活跃在制造业和零售业，这两个他同时都擅长的行业。

日本全国的中坚企业及各中小企业纷纷慕名而来，希望能获得他的指导。

从那时开始，他奔波于各公司之间，在他的努力下已经出现了不少的上市企业和业界领先企业。

他1929年出生于日本佐贺县。

主要著作有《销售之魔之成长篇：销售之魔》、《销售之魔之方法篇：态度决定能力》、《销售之魔之终极篇：决策层的营销课》等。

现为田中事务所的代表董事。

任三爱石油、SUNLIFE公司董事，FIVE FOXes（COMME & Cédil; A DU MODE）等公司的审计，同时兼任34家公司的会长、最高顾问、咨询顾问等职务。

## <<销售之魔之理念篇：营销的秘诀>>

### 书籍目录

#### 第一章营销真髓

学会营销，你将所向披靡

人心——营销的本质

创业者市村清先生背后的故事

理光的首次亏损

理光奇迹复兴的原动力

追赶并超越东京支店

发展销售能力强的代理店为强化战力

“以营销立业的理光”的诞生

营销能力的强化与新产品的开发成就了理光的复兴

市村先生的鼓励让我干劲十足

数据体现营销真髓

读懂营销数据

营销数据直接关系到企业的生死存亡

错误认识导致理光出现经营危机

错误判断导致进军新市场的失败

对商品消费市场的构成要做到心中有数

新产品的开发得益于对营销的敏锐洞察

领导干部要具备高水平多角度的洞察力

你有变不可能为可能的信念吗

顾客满意是我之喜

骄傲自大导致领导之间的矛盾

反抗意识高涨的原因

解职的原因在我心里

员工要牢记自己是组织的一员

要时刻不忘磨砺心志

遭受挫折时，有人支持你吗

#### 第二章销售之魔的必胜营销术

服务的第一步是严格守时

做任何工作都要向最优秀的人看齐

每天五十家，一年内不停的走访

在电话沟通中以“ Yes, But ”的方式取悦对方

根据购买意向将顾客分类，并在访问频次上区别对待

树立“营销就是交往关系”的理念

注意对方说的每句话

走访的同时还要思考

把握好组织架构，自上而下地进攻

“在上则始于上，在下则始于下”的进攻策略

与其劝他购买，不如劝他使用

切莫“赢了说理、输了生意”

恭维竞争对手

创造下次访问的机会

领导亲临一线，鼓舞部下士气

先掌握好全课情况后再汇报

要培养“先行马”

## <<销售之魔之理念篇：营销的秘诀>>

两成的落后员工是成败的关键  
要鼓励占两成的落后员工  
让部下克服缺点  
练就“眼力”  
让部下将着眼点瞄准以后，不要紧盯当前目标  
看透隐藏在数字背后的含义  
解决部下的求助  
招待的秘诀  
在招待费的使用方法上动脑筋  
“田中军团”是这样打造出来的  
第三章销售之魔拯救长期亏损的三爱  
告别过去  
埋头学习，用心领会  
从“银座的厕所里”获得新生的三爱  
在现场调查中找出问题点  
亏损中毅然做出决断  
知错就改，果断引进TQC体系  
改善“只要便宜就能卖出去”的企业体质  
消除委托销售方式的缺陷  
缩短交货期  
报答市村先生的恩情  
卸任  
第四章销售之魔训示三十四讲  
保持能带头冲锋陷阵的充足精力  
干部必须是性格开朗的人  
干部不应是“检察官”而应是“律师”  
培养干部的经营者意识和感觉  
要谦虚正直  
要对前辈优礼相待  
要有否定现状的眼力  
要抛弃“工薪族”的脾气  
不得以权限移交为托词逃避责任  
下定决心  
干部须努力践行的目标  
真正做到率先垂范  
要了解部下  
干部不可有丝毫懈怠  
要随时随地学习  
干部培养销售员的秘诀  
为销售员制定目标  
制定营销计划  
要培养销售员的现状分析能力  
指导部下掌握一种能让客户接受的商品说明方法  
提高对营销数据的分析判断能力  
支援活动的基本做法  
管理部下须采取的态度  
将命令和激励有机结合起来

<<销售之魔之理念篇：营销的秘诀>>

培养部下自我管理能力的要点

销售员培训的要点

提高部下处理行政事务的实际工作能力

“顾客管理”——信息收集和管理的基本要点

理解“利润观念”的真正含义

要思维灵活，培养多角度考虑问题的能力

要了解说明和说服的区别

对部下的评价不要夹杂私情

要有针对性，并提出未来蓝图

需知道“赚钱是有限的，受益是无限的”

译者的话

<<销售之魔之理念篇：营销的秘诀>>

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>