第一图书网, tushu007.com

<<卓越销售的7个秘诀>>

图书基本信息

书名：<<卓越销售的7个秘诀>>

13位ISBN编号：9787509602621

10位ISBN编号：7509602629

出版时间：2008-7

出版时间：经济管理出版社

作者：丁兴良

页数：224

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

<<卓越销售的7个秘诀>>

内容概要

本书从七个方面总结了卓越销售的七个秘诀，它会教你如何在销售中越战越勇，教你如何做一个卓越的销售者。
　第一个秘诀，教你如何做到职业化。
做什么就要有什么样子，工业品销售也是一样，你的工作技能够职业化吗？
你的工作形象够职业化吗？
你的工作态度够职业化吗？
本书将教你如何职业化。
　第二个秘诀，教你找对人。
找对人、做对事是对销售人员最基本的考验。
也许你曾经因为找错人而四处碰壁，也许你曾经不断地被人“踢足球”，本书将教你改变你的遭遇。
　第三个秘诀，教你如何建立信任感。
信任感不单纯是一种感觉，而是客户对你形成的依赖，你的客户够依赖你吗？
本书将教你如何建立信任感。
　第四个秘诀，教你如何挖掘客户需求。
作为一名销售人员。
你会满足于你手上的业务(永远只是那一点)吗？
本书将教你如何学会挖掘需求，这样你通往成功的路将变得更宽、更好走。
　第五个秘诀，教你如何塑造产品。
别人给你什么，你就销售什么，这是你以前的销售方法吗？
你想过要去改变它吗？
塑造你的产品吧，相信它，让它给你带来更多的价值。
　第六个秘诀，让你立即行动。
你的迟疑是否曾让你后悔不已过？
你是否想过要去改变它？
本书将告诉你如何立即行动。
　第七个秘诀，教你维护客户关系。
对于销售者而言，客户对你重要吗？
也许你会觉得这是句废话，可是，你的客户关系做得好吗？
你的客户在有需求时，是否会第一个想到你呢？
本书将教你如何维护客户关系。

作者简介

丁兴良，1969年1月出生，国内第一位针对工业品行业的大客户营销培训讲师，现任上海江轩企业管理咨询有限公司首席培训专家，创办了国内首家工业品营销研究机构——IMSC工业品营销研究中心。

2005年荣登“中国人力资源精英榜”并被《财智》杂志评为“杰出培训师”。
历任英维思集团（中国）销售部副总经理、Johnsorl&Johrison销售部经理、上海凯泉水泵资深销售顾问、清华大学总裁培训班特聘顾问、美商博思能训练中心研修授证PMP管理课程训练师、《前沿讲座》特邀专家。
具有六年专业培训经验。
在国外接受了国际销售培训机构TACK讲师认证。
在全国各地为数以千计的销售人员做过“大客户服务、大客户营销、大客户管理、大客户销售、项目性销售与漏斗管理、行业性解决方案”等系列销售培训课程。

<<卓越销售的7个秘诀>>

书籍目录

谨言：销售人员共同的心声未来怎么了——对21世纪五大销售新思维的感悟第一章 秘诀一：打造职业化顾问的三把金钥匙　第一节 你够职业化吗　案例：如此职业化的管理者　第二节 职业化销售人员的四大关键　案例：贝尔的“老鸟级”人才　第三节 成功销售人员的“十六字真言”　案例：销售的经典秘诀——“卖拐”　第四节 成为职业顾问的三个秘诀　案例：最职业化的销售员——一个很牛的销售人员的故事　案例：P学院扩建争夺战　第五节 反省：你的职业化　案例：肯德基走向完美　第六节 职业化的潜意识影响　案例：东洋人的影星促销革命　案例：一碗汤的学问　卓越销售的十条金科玉律（一）第二章 秘诀二：找对人比说对话更重要　第一节 目标客户、你在哪里　案例：出卖“落后”　第二节 目标客户，你了解他们吗　案例：聪明的报童　第三节 旧路走不通，新路走不出　案例：信息孤岛如何求生？
　第四节 寻找金钥匙　案例：先予后取　第五节 让金钥匙为你开启财富之门　案例：得意的猴孙　卓越销售的十条金科玉律（二）第三章　秘诀三：成就信任的六个台阶　第一节 建立信任感的五个关键　案例：我不是来推销的　第二节 瞬间建立亲和力的法宝　案例：售楼小姐真有一套　第三节 卓越的沟通技巧　案例：小李与小强的故事　第四节 高层联盟是信任的基础　案例：直捣黄龙，起死回生　案例：老农夫和服务小姐　第五节 信任感，帮你拥有最终的红宝石　案例：逐步降价销商品　案例：先有鸡还是先有蛋　第六节 提升：发展个人的信用度　案例：可口可乐为何处变不惊　案例：只有一次机会　卓越销售的十条金科玉律（三）第四章 秘诀四：挖掘需求是“忽悠”的核心元素　第一节 销售中确定客户需求的技巧　案例：饭店园中的蔬菜　第二节 有效问问题的五个关键　案例：让他对你感兴趣　第三节 按计划，找到客户的需求　案例：大众会抢什么　第四节 如何听出话中话　案例：巧妙的批评　第五节 如何让客户没钱借钱也要买卖　案例：猜猜哪位名人会来　卓越销售的十条金科玉律（四）第五章 秘诀五：塑造产品价值是获取利润的源泉　第一节 客户要的产品是什么　案例：售楼　第二节 如何推销产品的益处　案例：神奇旧钞营销故事　第三节 产品定位的依据——客户的心　第四节 产品太贵怎么办　案例：平凡者与高手的区别　第五节 如何做产品竞争优势分析　案例：卖点究竟在哪里　第六节 了解产品的行业知识　案例：羊和狼的故事　卓越销售的十条金科玉律（五）第六章 秘诀六：提高行动力是成功的关键　第一节 影响销售人员行动的“三力”　案例：把思考力用在客户身上　第二节 人不会行动的原因　案例：老鞋匠的智慧　第三节 销售人员行动守则　案例：把冰卖给爱斯基摩人　第四节 金玉良言——嘴上的行动　第五节 压力带来的行动　案例：制造“抢劫”风波　卓越销售的十条金科玉律（六）第七章 秘诀七：提升服务是让客户忠诚的不二法门　第一节 维持客户关系的重要原则　案例：贺卡的问候　第二节 发展客户关系的有效方法　案例：两辆中巴　第三节 如何管理客户关系　案例：“拿掉”与“添点”　第四节 让客户重复消费的理由　案例：富士施乐打造全新服务理念——全包服务　第五节 如何提升客户关系　案例：“东方大饭店”为什么要提前三天预定　第六节 客户关系——客户周围的人　案例：1英镑打败10万英镑　卓越销售的十条金科玉律（七）附录 一、工业品营销研究院简介 二、两大核心——“培训和咨询”IMSC工业品营销研究院图书目录

章节摘录

第一章 秘诀一：打造职业化顾问的三把金钥匙　　第一节 你够职业化吗　　职业化，是新世纪主流的焦点话题。
如果不够职业化，就好像花店的老板不懂得不同的花应该送给不同的人，就好像一个贤妻不懂得如何为他的老公打领带，就好像一个专业厨师不懂得做不同的菜需要放不同的酱油。
今天，走在繁华的大都市，走进高档的商务中心，你够职业化吗？
如果没有，结果如何？
至少会降低成功交易的概率和自身身份的价值。
职业化的定义：　　简言之，就是完成工作所需要的综合素质。
1.“以此为生，精于此道”，选择了某条路，不是做做就行了，一定要成为这个领域的专业人士。
2.以最小的成本追求最大的利润。
3.用理性的态度来对待自身、客户和他人。
4.细微之处做得精彩。
这四条做到了就是有了职业化的态度。
面对这样复杂的情况和不可改变的趋势，销售人员在销售过程中经常陷入误区。
为了解决种种问题，20世纪90年代，具有丰富的内涵和明确的实践性的顾问式销售作为一种全新的销售模式出现了。
顾问式销售对销售人员提出了更高的要求，销售人员要在运用专业销售技巧进行产品介绍的同时，综合运用分析能力、实践能力、创造能力、说服能力等完成客户的要求，并预见客户的未来需求，提出积极建议。
看板　　顾问式销售过程中，客户是朋友，是与销售者存在共同利益的群体；而销售顾问不仅是销售者，更是客户的朋友和顾问。
销售顾问和客户不是对立的，是建立“双赢”销售关系的朋友。
这对销售人员而言挑战更大。
中国各类企业目前都正处在由经验型管理向职业化管理的转型过程中。
能否尽快地实现这种转型，直接关系到每个企业在未来的市场竞争中的生存和发展能力。
要实现这种转型，有人认为中国企业必须解决两大问题：在制度层面建立规范化的体系和在人员层面形成职业化的员工队伍。
但这不能从根本上解决问题，成为顾问型的职业化销售人员才是当代销售人员的标准。
如果产品都是一样的，也许低价是最重要的法宝。

编辑推荐

唯有经验，才有感悟·唯有感悟，才有总结·唯有总结，才有秘诀·唯有秘诀，才有卓越。

本课程以实效卓著的现代营销理念和·1世纪成功销售法则，引导学员培养职业市场人员的素质和思维，了解市场营销的基本概念，并从设计问题的方式来切入，以确实掌握顾客需求为导向，进而成功地将学员的思考模式转化为以顾客立场为出发点的顾问式导向模式，层层推进，结合实用的商业谈判、销售技巧，将顾客的需求转化为行动意图。

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