

<<舍与得的营销智慧课>>

图书基本信息

书名：<<舍与得的营销智慧课>>

13位ISBN编号：9787511708380

10位ISBN编号：7511708382

出版时间：2011-6

出版时间：中央编译出版社

作者：李伟

页数：297

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>

<<舍与得的营销智慧课>>

内容概要

本书详细地阐述了在企业营销过程中，舍得的重要性，提出了“世上没有无本的买卖”的观点，并且针对具体案例，给出了具体实施方法。是企业领导者与销售人员的指导性书籍。

<<舍与得的营销智慧课>>

作者简介

李伟，男，出生于七十年代，哲学、历史学硕士。
曾任教于北京某职业学校、多家知名企业高管、管理咨询师，现为财经自由撰稿人。

管理通俗化与本土化的领军者，长期致力于通俗管理的研究，并多有著作出版。

<<舍与得的营销智慧课>>

书籍目录

第一篇 先做朋友，后做生意.

- 001.得罪一个顾客，你可能会失去一群购买者
- 002.永远不要歧视任何一位顾客
- 003.记住对方的名字
- 004.不要忽略与顾客一同来的人
- 005.做最好的倾听者
- 006.开口就谈生意的人，是二流的销售员
- 007.不买没关系，可以体验一下
- 008.让顾客觉得一无所知，实在是不智之举
- 009.见面长，不如常见面
- 010.谈论对方最感兴趣的事
- 011.先做朋友，再做生意
- 012.留住老客户
- 013.不要耍小聪明
- 014.赞扬客户的时一定要真诚
- 015.结交有影响力的人
- 016.对别人感兴趣
- 017.关心他人，会获得意想不到的收获
- 018.造访前一定要预约
- 019.客户不是购买商品，而是购买销售商品的人

第二篇 营销要懂心理学

- 020.深知“言多必失”的道理
- 021.不要过分热情，那样会让对方疑虑重重
- 022.抱怨并不可怕，漠不关心才危险
- 023.有理不在声高
- 024.先说缺点，再说优点
- 025.准确判断成交的时机，并牢牢地抓住它
- 026.顾客越想要的产品，他对价格就越不在意
- 027.凸现商品的卖点
- 028.人为地制造购买的紧张气氛
- 029.判断对方是来买东西，还是随便走走看看
- 030.学会示弱
- 031.扶强不扶弱
- 032.尽量延长顾客的试用时间
- 033.强调商品的独特性
- 034.打破沉默，避免陷入僵局
- 035.满足对方“好为人师”的心理
- 036.降低自己，让顾客产生一种优越感
- 037.勿过分“谦逊”
- 038.警惕对方故意透露的信息
- 039.切忌对产品的缺点做过多的解释
- 040.“价钱太高了”只是对方的一个借口
- 041.人们买的不仅是商品，更是买一种感受
- 042.巧妙地引用第三者的话
- 043.销售要懂心理学

<<舍与得的营销智慧课>>

- 044.不要过早地露出你的底牌
- 045.不要以“对不起”作为开场白
- 046.白纸黑字的功效
- 047.直接说出对方领导人的姓名
- 048.千万不要对一群人做销售
- 049.退一步是为了更好地进攻
- 050.物以稀为贵
- 051.利用顾客的从众心理
- 052.语言简洁，才能够语惊四座
- 053.穿一套好衣服
- 054.千万别开中间价
- 055.慢慢地增加砝码
- 056.思想决定高度
- 057.利益是与客户之间的基本纽带
- 058.不要告诉对方你时间紧张
- 059.七种常见的购买信号
- 060.尽可能地使用书面文件
- 061.不管你多么在意，都要做出无所谓的态度

<<舍与得的营销智慧课>>

章节摘录

版权页：得罪一个顾客，你可能会失去一群购买者在销售界里，曾有这样一个不可动摇的法则：因为每个人平均认识250个人，所以怠慢一个人等于怠慢250个人。

汽车销售大师乔·吉拉德刚进汽车销售行业不久，有一天，他去殡仪馆悼念一位朋友的母亲。

在天主教的殡仪馆里，他拿着分发给他的弥撒卡——上面印有去世人的姓名和相片。

以前他也看过这种卡片，可是从来都没有留心过，那天却对它产生了兴趣，他问那里的主持人：“您怎么知道要印多少张卡片？”

”主持人回答道：“这全凭经验。

开始我们数签名簿上的签名，做了一段时间以后就知道，平均每次来这里祭奠的人数大约是250人。

”不久后，有一位基督教殡仪业主向乔购买了一辆汽车。

成交后，乔问对方每次来参加葬礼的平均人数是多少，得到的回答是：“差不多250人。

”还有一次，乔同夫人一起参加一位朋友的婚礼，婚礼在一个礼堂举行。

当乔向礼堂的工作人员打听每次婚礼平均有多少客人时。

对方告诉他：“新娘方面大概有250人，新郎方面也是如此。

”又是250人！

这250人只是平均数，有的人则会有更多的朋友，远远超过这个数字。

乔·吉拉德把这种现象称作“250法则”，并由此得出结论：在任何情况下，都不要得罪哪怕是一个顾客。

曾有一个顾客带着现金去一家汽车经销商的商店，准备买一辆新车。

结果那里的销售人员的服务态度实在太差，最后他没有买就走了。

他不仅没买，还告诉了25到50个人他的经历，他的这些朋友又把他的经历告诉了他们的朋友……乔·吉拉德曾说过：“假如说你一个星期接触50个客户的话，其中若有两人对你的态度感到不满，则到了年末，将会影响大约5000人。

”所以说，你绝不能让顾客怀着不良的印象离去，即使他仅仅只是一个人。

优质的服务能赢得回头客，带来财富；劣质的服务会使顾客流失到你的竞争对手那里去。

你必须牢牢地记住，你目前是在与人做生意。

在做生意的时候，无论对方是故意开玩笑或是你讨厌的人，都不能得罪。

毕竟他们是可能将钱放入你口袋的人。

<<舍与得的营销智慧课>>

媒体关注与评论

舍得者，实无所舍，亦无所得，是谓“舍得”。
——（明）袁几凡《了凡四训》

<<舍与得的营销智慧课>>

编辑推荐

《舍与得的营销智慧课》：在销售过程中，你不能说是把眼光盯在利润上，你不能总是“见钱眼开，利字当先”，那样会吓跑所有的顾客。

在所有的营销技巧中，没有比“有舍才能有得，有得必要有舍”这句话更实用的了。

在历史上每一个成功的营销案例中，你都会有“舍得”的影子。

1、得罪一个顾客，你可能会失去一群购买者、2、永远不要歧视任何一位顾客、3、开口就谈生意的人。

是二流的销售员、4、先做朋友，再做生意、5、过分热情会让对方疑虑重重、6、判断对方是来买东西，还是随便走走看看、7、学会示弱、8、绝不能讲竞争对手的坏话、9、不要随意用专业性很强的术语、10、对错并不重要.重要的是把东西卖出去、11、永远不要争论、12、坦率承认商品的缺点，但要弱化其影响、13、不要-心盯在提成上、14、免费给客户一点甜头尝尝、15、更加热情地对待没买东西的顾客、16、态度要热情.但方法要因人而异、17、控制住自己的情绪、18、多花点儿心思包装自己、19、主动地把手伸给陌生人、20、见面长，不如常见面。

<<舍与得的营销智慧课>>

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>