

<<销售冠军就该这样修炼>>

图书基本信息

书名：<<销售冠军就该这样修炼>>

13位ISBN编号：9787514202342

10位ISBN编号：751420234X

出版时间：2011-7

出版时间：印刷工业

作者：文义明

页数：286

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>

<<销售冠军就该这样修炼>>

前言

销售是一项成就自我、创造价值的伟大事业。

世界上90%的巨富都是从销售员做起的，比如，世界首富比尔·盖茨、日本经营之神松下幸之助、华人首富李嘉诚、台湾首富王永庆等。

可以说，是销售成就了他们的事业和人生。

但是，在现实中，仍有许多销售人员的业绩不尽如人意，他们与销售高手相差悬殊。

美国一项调查表明，通常那些超级销售员的业绩是一般销售员的300倍。

在众多的企业里，80%的业绩是由这20%的精英销售员创造出来的，而这20%的销售员也并非天生就是销售冠军，他们之所以能取得如此骄人的业绩，就在于他们拥有迈向成功的方法。

当然，作为一名销售员，不管是谁都渴望成为所在公司或行业的销售冠军，都渴望轻松、快速地完成销售目标，都想知道更加快捷、有效的成交方法！

但是，销售冠军不是想出来的，也不是等出来的，而是练出来的！

那么，销售冠军到底是怎样炼成的呢？

你将从本书中找到答案。

本书从基本能力训练开始，详细地讲述了销售冠军修炼的实用方法。

通过阅读本书，你将逐步提升自己的销售心理素质，精通专业知识，学会征服客户的商务礼仪，从而成为一个从容、自信的销售员。

你将发现，寻找客户不再是难事，客户会非常耐心地听你推介产品，排除异议、快速成交也易如反掌。

有效的售后服务策略让偶尔的“头回客”变成永远的“回头客”，二十个催款妙招帮你解决各种赖账、呆账、难收账，从而消除后顾之忧。

所有这些方法将为你打开一扇通往销售冠军的方便之门。

此外，不懂销售心理学就不能做好销售员，这本书还将教会你最实用的销售攻心术。

让你从容地把握消费心理，猜透客户的心思，巧妙地拆除客户的心理“防火墙”，让客户对你“一见钟情”；从客户的肢体语言中发现其心底的秘密，从而在与客户的心理博弈中永远占上风。

可以说，不管你在销售什么产品；不管你面对多么专业的买主还是闲逛的顾客；也不管你是在争取中小客户还是在对阵大客户，全力以赴钓大鱼，在这本书中，你都能找到打动客户的情感武器，掌握说服客户的心理法则，从而轻松地把陌生客户变成朋友，把朋友变成财脉。

除了面对面销售的实用销售策略，你还可以从这本书中获得让电话销售“一线值万金”的锦囊妙计；掌握网络营销的智慧，获得无限的创意。

从而让你无论是使用传统营销手段，还是运用最前沿的营销方法，都能做到如鱼得水、所向披靡。

也许你没有丰富的销售经验，也许你没有非常好的运气，但是如果你能够掌握本书的三十项修炼方法，并灵活地运用到销售实践中去，那么你就可以从一个屡屡碰壁，靠底薪维持生活的销售员，成为被“三顾茅庐”高薪聘请，战无不胜的销售冠军。

阿基米德说：“只要给我一个支点，我就可以撬动整个地球。”

那么，这本书就是你的支点，它将帮助你领会销售的艺术和奥妙，从中国6000万销售员中脱颖而出，成就销售事业，实现辉煌的人生理想。

<<销售冠军就该这样修炼>>

内容概要

本书从基本能力训练开始，详细地讲述了销售冠军修炼的实用方法。通过阅读本书，你将逐步提升自己的销售心理素质，精通专业知识，学会征服客户的商务礼仪，从而成为一个从容、自信的销售员。你将发现，寻找客户不再是难事，客户会非常耐心地听你推介产品，排除异议、快速成交也易如反掌。

有效的售后服务策略让偶尔的“头回客”变成永远的“回头客”，《销售冠军就该这样修炼》的二十个催款妙招帮你解决各种赖账、呆账、难收账，从而消除后顾之忧。所有这些方法将为你打开一扇通往销售冠军的方便之门。

<<销售冠军就该这样修炼>>

作者简介

文文明，具有多年的实战和管理经验的一线销售专家，曾任开航科技、世纪鸿蒙等多家公司的销售顾问和首席咨询师，亦在多所院校和培训机构做营销培训和员工培训。
主编《销售一定要懂的心理學》等多种营销类畅销图书，深受读者喜爱和好评。

<<销售冠军就该这样修炼>>

书籍目录

前言

第1章 做好准备，成为最棒的销售冠军——基本能力训练

修炼1：如何提升销售心理素质

修炼2：如何精通专业知识

修炼3：如何把握消费心理

修炼4：如何通过销售礼仪征服客户

第二章 如何让客户对你“一见钟情”——接近客户技巧训练

修炼5：怎样找准对象，甄别客户

修炼6：如何做好接近客户的第一步——搭讪

修炼7：如何洞悉客户的肢体语言

修炼8：如何拆除客户心里的“防火墙”

第三章 这样说，客户才容易接纳你的产品——产品推介技巧训练

修炼9：如何了解客户的需求

修炼10：如何有效地推介产品

修炼11：怎样报价客户才容易接受

修炼12：如何向客户提问

第四章 保证签单，绝对成交——快速交易技巧训练

修炼13：如何分析客户的购买心理

修炼14：如何排除客户异议

修炼15：怎样识别成交的信号

修炼16：怎样让客户下定决心签单

第五章 做大单，把好钢用在刀刃上——大客户营销技巧训练5

修炼17：怎样找到大客户

修炼18：怎样轻松搞定大客户

第六章 让偶尔的“回头客”变成永远的“回头客”——售后服务训练

修炼19：如何提高客户心理满足感

修炼20：如何做好客户日常维护

第七章 一线值万金——电话销售技巧训练

修炼21：怎样让客户一听声音就喜欢你

修炼22：如何巧妙突破秘书关

修炼23：听到这些托词，你该如何应对

修炼24：如何把握打电话的相关细节

第八章 赢在网络，网上没有做不成的生意——网络销售技巧训练

修炼25：如何提高网络营销的创意

修炼26：如何进行网络推广

<<销售冠军就该这样修炼>>

章节摘录

不要害怕去见大人物 销售是与人打交道的工作，在销售拜访中，我们的客户有可能是地位显赫、阅人无数的“大人物”。

销售人员要与他们打交道，赢得他们的信任和好感，成功地说服他们，就必须克服畏惧心理，信心百倍地去敲他们的门，而不能因为他们的地位身份而害怕、胆怯。

如果销售人员在没有见客户之前就开始怀疑自己、胆怯退缩的话，那么我们首先在气势上就输给了客户，最终很可能会一无所获。

创建于1972年的布鲁金斯学会，以培养世界上最杰出的销售人员著称于世。

这个学会有一个传统，就是每学期学员毕业的时候，学会都会设计一道最能考验销售人员能力的题目。

在小布什总统当政期间，布鲁金斯学会把题目设置成：把一把斧子销售给布什总统。

很多学员都主动放弃了这个销售的机会，他们认为总统什么都不缺，并且国事繁忙，地位高高在上，怎么可能有时间理会一个小小的销售员。

就在看似不可能销售成功的情况下，一个名叫乔治·赫伯特的学员却做到了。

他不仅说服了布什总统买了他的斧子，而且还得到了布什总统寄来的15美元费用。

布鲁金斯学会得知这个消息后，就把刻有“最伟大的销售人员”的金靴子颁发给了他。

这是自1975年该学会的一名学员成功地把一台微型录音机卖给尼克松总统以来，第二位学员获此殊荣。

乔治·赫伯特在接受记者采访时说：“我认为，把一把斧子销售给小布什总统是完全可能的。

因为布什总统在得克萨斯州有一个农场，那里种着许多树。

于是我给他写信说：我想，您一定需要一把小斧头，但是从您现在的体质来看，小斧头显然太轻，因此您仍然需要一把不太锋利的老斧头。

现在在这儿正好有一把这样的斧头，它是我爷爷留给我的，很适合砍伐枯树。

假若您有兴趣的话，请按照这封信的地址，给予回复。

最后他就给我汇了15美元。

布鲁金斯学会把那只金靴子表彰给乔治·赫伯特的时候说：金靴子奖已空置了26年，26年间，布鲁金斯学会培养了数以万计的销售人员，造就了数以百计的富翁，这只金靴子之所以没有授予他们，是因为我们一直想寻找这样一个人，这个人从不因为对方的身份地位而放弃销售，从不因为某一件事难以办到而失去自信。

在这个案例中，乔治·赫伯特正是凭借着毫不畏惧的心态及坚定的信念成功地将斧子销售给布什总统的。

所以，销售人员在拜访“大人物”之前一定要建立起自信心，不要轻易地怀疑和放弃。

当我们相信自己一定能与“大人物”达成交易的时候，才能在面对客户时胸有成竹，发挥出自己正常的水平，才能把产品成功地销售出去。

我们会发现把产品销售给“大人物”并不像想象中的那么难。

对自己的产品很有信心 要想客户对我们的产品有信心，首先销售员自己就要对产品很有信心。

在销售中，客户是不愿意与对自己的产品缺乏信心的销售人员打交道的。

如果连销售员自己都不信任自己的产品的话，那么又有什么理由让客户来信任产品呢？

会让客户觉得与对产品不自信的销售员谈生意是在浪费自己的宝贵时间。

所以，要想让客户认可我们的产品，首先我们自己要对产品很有信心。

销售员小陈就是靠着对所销售产品的强烈自信心征服了最难对付的客户。

小陈是医疗器械销售员。

刚到公司时，他对自己很有信心，向经理提出不要薪水，只按销售额抽取佣金。

经理轻视地笑了笑，答应了他的请求。

上班的第一天，小陈列出一份名单，准备去拜访那些其他销售员以前没有洽谈成功的客户。

在去拜访之前，小陈大声地说：“我们的医疗器械是同行中最棒的，我一定要为客户提供最棒的产

<<销售冠军就该这样修炼>>

品，一个月内，这些最难对付的客户一定会被产品征服！

”重复了三遍后，小陈怀着对产品坚定的信心去拜访客户了。

第一天，他和十个“不可能的”客户中的两个谈成了交易；第三天，他又成交了一笔交易……到第一个月的月底，只有一个客户还没有购买他的产品。

在第二个月里，每天早晨小陈都去拜访那位拒绝他的客户。

每次，这位客户都回答说：“不！”

”但是，小陈并没有因此而气馁，继续前去拜访。

直到那个月的最后一天，已经连着说了30天“不”的商人说：“你已经浪费了一个月的时间了！我现在想知道你为何要坚持这样做。

”小陈说：“我并没有浪费时间，因为我一直坚信我们的产品是最好的，坚信产品会给您带来好处，您一定会成为我的客户。

”客户点点头说：“你的自信确实征服了’我。

”于是，他终于和小陈签单了。

小陈就是这样完全凭着对产品的信心达到了目标。

从小陈这个案例中，我们可以得出，对产品的信心是与客户在心理博弈中必不可少的素质，信心可以为我们的商品增色许多，甚至在有些客户看来，对产品的信心本身比产品还要重要。

所以，销售员要想赢得客户对产品的青睐，就一定要对产品很有信心。

P7-9

<<销售冠军就该这样修炼>>

编辑推荐

由文义明编著的《销售冠军就该这样修炼》内容介绍：销售是一项成就自我、创造价值的伟大事业。世界上90%的巨富都是从销售员做起的，比如，世界首富比尔·盖茨、日本经营之神松下幸之助、华人首富李嘉诚、台湾首富王永庆等。可以说，是销售成就了他们的事业和人生。

<<销售冠军就该这样修炼>>

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>