

<<销售新手入门训练>>

图书基本信息

书名：<<销售新手入门训练>>

13位ISBN编号：9787545404388

10位ISBN编号：7545404386

出版时间：2010-5

出版时间：广东省出版集团图书发行有限公司（广东经济）

作者：肖建中 编

页数：200

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>

## &lt;&lt;销售新手入门训练&gt;&gt;

## 前言

在为“中国移动”各地分公司培训时，我都会请学员做一道简单的算术题：“一位20岁刚参加工作的年轻人，假定他每月的移动通信话费为人民币100元，那么到他60岁退休，将为中国移动贡献多少话费？”心算较快的学员立即回答：“40年累计话费48000元！”“如果这个客户不但自己使用中国移动的产品与服务，同时还介绍身边的亲朋好友一起使用，那么这个客户的价值又是多少呢？”我继续提问。

大家笑道：“看来以后无论是消费几十元还是几百元的客户，我们都要将他当作消费几十万元的大客户来对待！”我的培训PPT以打字机的形式，“滴答滴答”地播放出以下字幕：“终身客户”是一辈子都购买或使用贵公司产品的忠诚客户；“终身客户”的价值是指每个购买者在未来可能为企业带来的收益总和，它不单在于每一次的购买数量，也不仅仅是其个人一辈子的购买金额，而在于其影响、转介绍尽可能多的新客户！问题又来了：怎样做客户才会持续忠诚变为“终身客户”？如何才能让客户帮助我们介绍尽可能多的新客户呢？有学员回答：“如果我们制定具有竞争力的营销政策，设计让客户忠诚的VIP会员体系，就有可能较长时间留住客户，为我们创造更高的价值！”

新问题是：“谁来执行这些营销政策，谁来为VIP会员提供始终如一的服务呢？”答案是：我们的员工。

但现实是：目前中国80%的企业和门店，对员工特别是一线员工普遍缺乏专业、系统、有效的培训！

一线员工是客户接触的第一件“商品”，客户到底购买谁家的产品，在很大程度上取决于一线员工的言谈举止和销售、服务水平。

很多一线员工每天都可能少卖了三五件商品，甚至在不自觉地驱逐顾客、流失利润！可他们自己及其老板却浑然不知！！“终身客户”是由“终身员工”开发、服务并长期培育而来的，没有“终身员工”，就不可能有“终身顾客”！

讲到这里有人问：现代社会流动频繁，由于公司发展或者员工职业规划改变，普通员工大都难以在一家单位做一辈子，何来“终身员工”？其实，“终身员工”不单是指一辈子在一家单位工作的员工，同时也指拥有“终身员工”的心态、用“终身员工”标准来要求和行动的员工。

随着企业竞争日益白热化，产品同质化、服务同质化、终端同质化、营销手法同质化……只有“人”的因素是差异化的，而企业内部培训与员工自我学习是拉开这种同质化及培养“终身员工”最有效的手段！“铁打的营盘，流水的兵！”只有通过经常性的、系统性的培训，才能源源不断地锻造出训练有素的、极具战斗力的团队，确保你的企业成为“铁打的营盘”！企业的竞争归根到底就是人才的竞争，从某种意义上讲就是培训的竞争！未来企业能优于竞争对手的唯一途径，就是比竞争对手学得更快！因此，谁能更快、更好地建立自己的企业大学或内部培训学院，打造好培育人才的孵化器，实现人才培育的自我造血，谁就能赢取先机、决胜未来！！“王牌培训书系”的出版，要感谢北京师范大学特许经营学院刘文献院长与中国营销学会丁一会长等好友的大力支持，以及策划编辑李惠玉老师和责任编辑的辛勤劳动，我们在编撰往来中碰撞出不少创意火花，对此表示最真挚的感谢！当然更要感谢购买本书的读者您，以及为我们提供实践平台的客户中国移动、中国惠普、百事、小天鹅、新世界百货等优秀企业，我们在提供服务的同时也受益良多。

最后要感谢我所有的合作伙伴，特别是本书系副总主编龚震波老师、王颂舒老师和叶素贞老师，感谢他们始终如一的支持与付出。

同时，我们也期待优秀企业家、职业经理人与实战培训师，能贡献自己的实战经验与智慧，在“王牌培训书系”中出版自己的著作。

## <<销售新手入门训练>>

### 内容概要

销售是天下最有前途的终生职业，全世界几乎每一个大老板都干过销售，甚至一辈子都在做销售；每一个大人物都是自我销售的高手。

他们通过销售积累经验和财富，通过销售拓展人脉和事业。

本书专为销售新手量身定做，赋予销售新手战无不胜的决心与实用技巧，帮助销售新手解决工作中的实际问题，确保看了就会、会了能用，用了便出效果，因此既可用作销售新手的集体培训教材，又可作为个人案头的指路明灯。

## <<销售新手入门训练>>

### 作者简介

肖建中，著名营销教练、业绩提升专家，华夏鸿图教育文化有限公司总裁，睿众营销管理咨询机构首席顾问，广东省商业联合会首席培训师，北京师范大学国际特许经营学院客座教授，北京大学出版社新营销丛书主编，中国经济出版社标杆培训丛书主编，广东经济出版社王牌培训书系总主编，数十家品牌企业常年培训导师。

肖老师主讲的特色课程有：“王牌经销商”、“王牌店长”、“王牌导购”与“引爆终端”、“快乐销售”、“巅峰销售”等，为中国移动、惠普、百事、东风集团等世界5。

。强或行业百强企业，提供量身定做的顾问式培训服务，辅导成千上万的销售精英和经销商大幅度提升业绩，以其专业、系统、实效闻名业界，被誉为企业内训和经销商大会、行业高峰论坛最受欢迎的“王牌导师”。

肖老师出版的培训实务图书有：《麦当劳大学》、《引爆终端》、《王牌店长》、《开店管店旺店》、《快乐销售》、《巅峰销售》、《销售新手入门训练》、《先交朋友，后做销售》、《服装热销有绝招》、《鞋包皮具热销有绝招》、《美容化妆品热销有绝招》、《家电数码产品热销有绝招》、《家居建材热销有绝招》等，一版再版广受欢迎。

## <<销售新手入门训练>>

### 书籍目录

第1章 观念心态——销售未开始就决定成败 一、浴火重生：不当总统就做销售员 二、销售是帮人助己最好的事业 三、今朝放下面子，明日才有面子 四、“新手”更有“新”优势 五、会销售就有成为亿万富翁的可能第2章 礼仪形象——营造第一印象 一、礼仪是销售员的最好包装 二、穿出职业扮出风采 三、体态语，无声亦可胜有声 四、销售员的见面“礼” 五、面谈中的礼仪 六、电话、信函、邮件样样有礼第3章 电话销售二看不见的客户看得见的交易 一、一线万金的电话销售 二、销售电话的准备活动 三、电话接通后至关重要的三件事 四、有效排除电话障碍 五、电话跟进第4章 客户开发——开对门找对人 一、认识客户认识市场 二、寻找客户的原则 三、找瓜先找藤 四、顺藤摸瓜 五、客户也要评估第5章 销售拜访——第一次亲密接触 一、拒绝无准备的拜访 二、第一次拜访 三、主导拜访气氛和话题 四、拜访客户有策略 五、拜访时不可忽视的问题第6章 销售陈述——用聪明的方式说聪明的话 一、认知销售陈述 二、怎样陈述产品利益才能打动客户 三、语言介绍先声夺人 四、销售示范后发制人 五、陈述尴尬不尴尬第7章 异议处理——化解上帝的抱怨 一、异议是销售的开始 二、异议的家族成员 三、遭遇异议怎么办 四、将异议处理进行到底 五、异议不可承受之轻第8章 促成交易——敲下你的成交锤 一、看准时机再收网 二、交易就是这么促成的 三、跟客户玩点“花样” 四、那些挡在成交前面的栅栏 五、销售陷阱和客户链接

## <<销售新手入门训练>>

### 章节摘录

小王一心想藏起自己的眼睛，无视客户，等于是让客户一个人在唱独角戏。试想，这样的交流又有谁会喜欢？

优秀销售员在同客户交流时，总会调动全身的语言，尤其是运用目光的交流，而这也是心灵沟通的捷径。

目光交流要点 · 目光真诚、专注、柔和。

- 平视客户，把目光停留在客户眼、眉和下巴三点之间。
- 用眼神表达关怀和赞美，使客户从你的目光中看到自信、真诚和热情。
- 眼神的运用还要和语言及手势相结合，以求达到最佳表达效果。
- 眼神要有变化，活灵、活现，但变化要有一定的目的性。
- 把握眼神注视时间，一般占全部谈话时间的40%左右。

运用眼神的方法 1.点视法。

就是把目光停留在某个点上。

销售员同客户进入正式交流内容时，可以用此种方法，能营造稳定的沟通氛围。

2.对视法。

就是正视对方的眼睛。

销售员在同客户谈论到关键性比如价格这样的敏感问题时，可以直率地目视客户眼睛，表示你的坦诚，赢得客户信任。

3.虎视法。

就是目光威猛有神。

销售是服务客户的工作，销售员在同客户打交道时尽量避免这种眼神，以免产生居高临下的错觉。

若是遇到特殊情况，比如客户百般刁难，可以把握分寸地“虎视眈眈”一下，达到征服对方的效果。

4.凝视法。

就是目光凝注于一点。

当客户对产品或合作意向表达自己的看法时，销售员可以用凝视的眼神，一来表现自己的专注，也是对客户的尊重；二来表示你正在认真思考对方意见。

5.环视法。

就是目光作环状扫视。

当销售员进入客户工作区域时，可以环视观察周围情况，其余时间避免使用，否则会让客户认为你工作不专心或者在酝酿什么诡计。

## <<销售新手入门训练>>

### 编辑推荐

在《销售新手入门训练(第2版)》中从新手的心态、销售的礼仪,到如何做电话销售、如何寻找客户、如何拜访客户、如何做销售陈述,一直到处理客户异议、促成交易,都介绍了适合新手的实用方法。

《销售新手入门训练(第2版)》可以当作销售员的培训教材使用,它体系完善,内容构建简洁,不但有大量的案例,还有很多帮助巩固所学的演练,会在最短的时间内,为企业打造一支所向披靡的销售队伍。

《销售新手入门训练(第2版)》将简单的招式练到极致就是绝招,赋予销售新人战无不胜的决心与技能。

<<销售新手入门训练>>

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>