

<<成功销售要读《鬼谷子》>>

图书基本信息

书名：<<成功销售要读《鬼谷子》>>

13位ISBN编号：9787560966298

10位ISBN编号：7560966292

出版时间：2011-1

出版时间：华中科技大学出版社

作者：王惠敏，尹凡 编著

页数：256

字数：220000

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>

<<成功销售要读《鬼谷子》>>

前言

翻开这本书，袅袅的古典气息和强烈的现代气息便扑面而来。

古典的精品和现代的销售实战有机地结合，成就了这本与众不同的销售经典。

《鬼谷子》与《孙子兵法》并称《兵书圣典》，《孙子兵法》侧重总体战略，而《鬼谷子》专攻战术技巧。

所以，《鬼谷子》在销售中可以更为方便地应用。

历史上，鬼谷子其人可以说是纵横家的鼻祖。

纵横家崇尚的是权谋策略及言谈辩论之技巧，本书就强烈地凸现出这些技巧，并通过真实的销售案例来诠释这些技巧。

在销售中最强调的就是说话技巧，而《鬼谷子》恰恰是教人说话技巧的良师益友。

其实，在日常生活中，言谈技巧也关系到处世为人的得体与否。

苏秦和张仪是鬼谷子的两位高徒，在春秋时期非常著名。

当年，苏秦凭其三寸不烂之舌，合纵六国，佩六国相印，统领六国共同抗秦，显赫一时。

而张仪凭其谋略与游说技巧，使六国合纵土崩瓦解，为秦国立下不朽功劳。

所谓“智用于众人之所不能知，而能用于众人之所不能”、“潜谋于无形，常胜于不争不费”，此为《鬼谷子》之精髓所在。

<<成功销售要读《鬼谷子》>>

内容概要

这是一本中国销售人最需要看的书。

《鬼谷子》不仅是中国最经典、最古老、最具系统性的中国游说修辞理论，也是中国式销售智慧最本质的写照。

销售和打仗一样，没有好的技巧必然难以成功。

同样的产品，不同的销售策略，最后的结果可能是天壤之别。

销售过程中好的技巧、谋略、言辞就会助销售一臂之力。

本书的经典案例将会通俗地告诉您如何应用这些技巧，销售中如何谋划，如何阐述才能打消费者的心，让您在众多销售者中抢占先机，成为王者。

<<成功销售要读《鬼谷子》>>

作者简介

王惠敏，销售类图书作者。

从事销售行业多年，具有丰富的销售经验。

曾是北京知名品牌家具企业的金牌销售员，多年来销售业绩名列前茅。

因业绩突出被提升为店长在外埠独立开店，销售业绩不俗。

并成功培养一批销售精英，更有突出者在经过其半年的培养后独立创业成功。

现专职从事销售类图书的撰写工作，著有《准备做店长，新手店长成长必备》和《不卑不怒做销售：销售人员情绪控制一百招》。

<<成功销售要读《鬼谷子》>>

书籍目录

第一章捭阖——成功销售之收放术

篇首：捭阖第一

捭阖第一计：三思而后行，先判断后行动

捭阖第二计：善于分析，工于心计

捭阖第三计：审定虚实，投其所好

捭阖第四计：纵横捭阖，左右逢源

捭阖第五计：事有两面，趋利避害

第二章反应——成功销售之钓言术

篇首：反应第二

反应第一计：学会倾听，搜寻信息

反应第二计：瞅准猎物，张网以待

反应第三计：逆向思维，别有洞天

反应第四计：知己知彼，百战百胜

反应第五计：做事有备，有备无患

第三章内榷——成功销售之进策术

篇首：内榷第三

内榷第一计：抓住客户心理

内榷第二计：审时度势，随机应变

内榷第三计：掌握实情，针对游说

内榷第四计：当机立断，巧立战功

第四章抵巇——成功销售之禁漏术

篇首：抵巇第四

抵巇第一计：建立客户档案，保持往来

抵巇第二计：见微知著，细节决定成败

抵巇第三计：善于竞争的销售人员，才是好销售员

第五章飞钳——成功销售之探意篇

篇首：飞钳第五

飞钳第一计：权衡一切，为我所用

飞钳第二计：针对客户，销售产品

飞钳第三计：与人为善，与己为善

飞钳第四计：行事谨慎，不失其度

第六章忤合——成功销售之万全计篇

篇首：忤合第六

忤合第一计：具体问题具体解决，学会实时控制

忤合第二计：世事多变化，灵活销售为上策

忤合第三计：凡事皆有裨益，应该学会取舍

第七章揣篇——成功销售之猜测篇

篇首：揣篇第七

揣篇第一计：因势利导，成功销售

揣篇第二计：避其所短，从其所长

揣篇第三计：深谋远虑，把握时机

第八章摩篇——成功销售之巧取篇

篇首：摩篇第八

摩篇第一计：谋划销售，不留祸患

摩篇第二计：谋之于阴，成之于阳

<<成功销售要读《鬼谷子》>>

摩篇第三计：销售要方法适当

摩篇第四计：日积月累，销售成功

第九章权篇——成功销售之权益篇

篇首：权篇第九

权篇第一计：给客户送礼，达成销售目的

权篇第二计：见人说人话，见"鬼"说"鬼"话

权篇第三计：善于抓住关键点，就成功了一半

第十章谋篇——成功销售之谋计篇

篇首：谋篇第十

谋篇第一计：事出有因，从根源入手

谋篇第二计：只有不断寻找机会的人，才会及时把握机会

谋篇第三计：把客户当做朋友，是销售成功的基础

谋篇第四计：学会主宰局面，变被动为主动

第十一章决篇——成功销售之决策篇

篇首：决篇第十一

决篇第一计：善于为客户作决断，变"买什么"为"卖什么"

决篇第二计：从客户的角度出发，竭诚为客户服务

决篇第三计：借助各种力量，以求达到目的

第十二章符言——成功销售之备明篇

篇首：符言第十二

符言第一计：面对纷争，善守其位

符言第二计：明察秋毫，才能运筹帷幄

符言第三计：虚心学习，提升自身素质

符言第四计：善于听比善于辩更重要

符言第五计：诚信第一，销量第二

<<成功销售要读《鬼谷子》>>

章节摘录

1996年，一位四川成都的农民投诉海尔洗衣机排水管老是被堵。服务人员上门维修时发现，这位农民用洗衣机洗地瓜，泥土大，当然容易堵塞。服务人员并不推卸责任，而是帮顾客加粗了排水管，这样排水管就不容易堵了。顾客感激之余，埋怨自己给海尔人员添了麻烦：“如果有洗地瓜的洗衣机，就不用烦劳你们来维修了。”

海尔人将农民兄弟的话记在心上。海尔立刻派人调查四川农民使用洗衣机的情况。调查发现，在盛产地瓜的成都平原，每当地瓜大丰收的时节，许多农民除了卖掉一部分新鲜地瓜，还要将大量地瓜洗净后加工成薯条。但地瓜上沾带的泥土洗起来费时费力，于是农民就动用洗衣机。更深一步的调查发现，在四川农村有不少洗衣机用过一段时间后，就会出现电机转速减弱、电机壳体发烫（地瓜重量大、泥土多导致）等问题。向农民一打听，才知道他们冬天用洗衣机洗地瓜，夏天用它来洗衣服。这令张瑞敏萌生了一个大胆的想法：发明一种洗地瓜的洗衣机。

1997年，海尔立刻为该洗衣机立项。1998年4月，投入批量生产。洗衣机型号为XPB40-DS，不仅具有一般双桶洗衣机的全部功能，还可以洗地瓜、水果甚至蛤蜊，价格仅为848元。

首次生产了一万台投放农村，立刻被一抢而空。每年的6月至8月是洗衣机销售的淡季。每到这段时间，很多厂家就把促销员从商场里撤回去了。张瑞敏为此纳闷儿：天气热，出汗多，老百姓都不在乎衣服了？调查发现，不是老百姓不洗衣裳，而是夏天里5千克的洗衣机不实用，水电都浪费，夏天衣服少，攒够一大堆才洗一次。

于是，海尔的科研人员很快设计出一种洗衣量只有1.5千克的洗衣机——小小神童。小小神童投产后，先在上海试销，因为张瑞敏认为上海人消费水平高又爱挑剔。结果，上海人认可了这种世界上最小的洗衣机。该产品在上海热销之后，很快就在全国风靡。

<<成功销售要读《鬼谷子》>>

后记

在本书的出版过程中，许多人为此做出了努力，在写作过程中，也得到了来自各方面的帮助。在这里，将共同参与其中，并给予了帮助和努力的朋友名单列举如下，以感谢他们的付出：薛旭光杨璐璐陈萌萌张维振陈晓龙海华王海山孙玉梅陆卫平岳贤伦高红艳在本书的编写过程中，还参阅了大量的资料，以及他人的著作，并从中得到不少启发。

在此，谨借小小的版面，向所有共同研究过《鬼谷子》和销售的同道致以敬意。

可以说，正是基于前人的辛勤研究，才为本书的编著提供了丰富的材料和独到的观点。

也正是在广大爱好者和研究者的共同努力下，才让我们对于销售、对于《鬼谷子》有了如今的全新的把握和理解。

另外，凡被本书选用的材料，我们都将按出版法有关规定向原作者支付稿酬。

但因为有的作者通信地址不详，尚未取得联系。

恳请您见到本书后及时来电、来函，以便支取我们为您留备的稿酬。

<<成功销售要读《鬼谷子》>>

编辑推荐

《成功销售要读 鬼谷子 》以中图古典文化为基石，用原文+注解+实例的方式，讲述《鬼谷子》中蕴含的销售之道，帮人们在当今激烈的竞争中立于不败之地。

<<成功销售要读《鬼谷子》>>

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>