第一图书网, tushu007.com

<<巅峰销售>>

图书基本信息

书名：<<巅峰销售>>

13位ISBN编号：9787563810956

10位ISBN编号：7563810951

出版时间：2003-5

出版时间：首都经济贸易大学出版社

作者：吴秋峰

页数：398

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

内容概要

《巅峰销售——寿险营销实战宝典》一书是台湾寿险营销专家吴秋峰先生的一部全新力作。
本书分“态度篇”、“专业人士必备”、“芝麻开门”和“火眼金睛”四部分，全面系统地讲述了寿险营销的基本知识和技巧。
本书更多地考虑了业务员成功的自身因素，为其设计了努力方向；更多地考虑了客户感觉，为业务员走近客户的内心世界提供了方法，为其准确把握客户的心理，成开展营销计划提供了参考技巧。
本书继承了吴先生著作的一贯风格，语言生动活泼，自然流畅。
书中选用了大量生动有趣的故事和真实案例，潜心研发、精心设计了大量实践性很强的营销话术，对于寿险营销人员有着很强的启发性和实践指导意义。
? 读者对象：寿险营销管理及业务人员?　全书共分四大部分：第一部分，态度篇：调整心态，迎接挑战；专注与单纯地追求成功目标。
第二部分，专业必备：作为一个专业人士必须具备的素质，从目标计划、销售流程、需求分析、转介绍的技巧到用提问的方式销售保单等等。
第三部分，芝麻开门：解决问题的技巧，常用的促成法及超级促成话术。
第四部分，火眼金睛：感性推销，善用心理学知识，提高推销效率。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

吴秋峰先生，1956年8月3日生于中国台湾省台北市，原籍福建泉州。
台湾大学法律系毕业，法学学士。

1984年，进入国华人寿保险公司任业务员；1987年，参加组训讲师培训，任业务主任；1992年，任家福通讯处经理；1994年，被举派进入中国大陆，任平安保险公司首批外聘顾问；1996年，参与新华人寿保险公司筹建，任营业总部高级顾问；1997年，任中国人寿西安公司高级顾问；1998年，自组北京吴秋峰营销咨询有限公司，任总经理；从2000年起，先后为中国人寿沈阳代理部、山东太平洋保险公司、河北太平洋保险公司等多家单位进行封闭培训，任总训练师。

<<巅峰销售>>

书籍目录

目录 第一部分态度篇? 第一章引言 一、寿险一路走来 二、成功有方法，不蛮干 第二章未来世界都是想出来的 一、想成功要做什么——解除忧虑、害怕，拿掉“不可能” 二、创造未来——倍增你的竞争力，终身学习，广结善缘 三、辛勤学习，开阔视野，成为顶尖高手?? 第三章超级竞争力金三角?? 一、自我定位，活出格局，预期自己必定成功?? 二、学习力——学习改变旧习惯、旧思考的能力，不断地勉强自己改变，而且速度要快 三、信念——宇宙间的三大力量(暗示、爱、信念)?? 第四章专业形象塑造?? 一、成功者有成功者的形象——顶天立地?? 二、什么样的营销员做什么样人的保险?? 三、微笑打先锋，人品做后盾?? 第五章成功营销员的人格特质?? 一、主动出击而非坐以待“币”?? 二、积极进取，改变思维?? 三、热诚沟通，宽以待人?? 四、知福惜福，永远幸福?? 五、感恩之心，造就不同?? 六、回馈反馈，终身学习?? 第六章结论?? 第二部分专业人士必备 第七章目标计划?? 一、清楚自己要什么?? 二、为理想而奋斗?? 第八章客源开拓?? 一、谁是你的客户?? 二、最重要的客户来源——转介绍?? 三、职场开拓的方法与技巧?? 四、如何熟记客户姓名及基本资料?? 第九章需求分析：他真需要保险吗?? 一、保险要解决哪些问题?? 二、收集资料的目的与方法?? 三、如何把需求问出来?? 第十章帮客户下决心?? 一、不要害怕拒绝?? 二、销售成功的心得与客户反对的理由?? 三、什么才是真正拒绝你的理由?? 四、客户“拒绝”类型及处理方法?? 第十一章商品建议书的规划与说明?? 一、建议书制作的基础?? 二、了解保户的生命周期?? 三、说明技巧?? 第十二章善始善终才能永续经营?? 一、促成之后做什么?? 二、离开以后做什么第三部分芝麻开门 第十三章让客户作出决定的要领?? 一、让客户作出决定的原则?? 二、设定两种状况让客户选择?? 三、适当地运用比喻?? 第十四章最有力的促成形式?? 一、感性销售法——情绪推销 二、感性行销促成话术?? 三、如何与客户谈关于死亡、伤残、大病等 第十五章应对客户最常提出的问题?? 一、我不需要保险?? 二、我已经投保了?? 三、我的钱够用了，不必投保?? 四、人死了，钱又有什么用?? 五、我的公司已替我投保了?? 六、我身体很健康，不必投保?? 七、我单身没有家累，不必投保?? 八、我想把钱拿来投资股票?? 九、把钱存在银行比较好?? 十、保险不吉利，不保没事，保了反而出事?? 十一、我很忙，没时间听你说?? 十二、我考虑考虑?? 十三、我要和先生(太太)商量?? 十四、我真的没有钱?? 十五、等存款到期了我再买?? 十六、保险都不理赔?? 十七、通货膨胀，钱会贬值?? 十八、保险缴费期太长了?? 十九、日后因为交不起保费而解约，不划算?? 二十、万一政策改变怎么办?? 二十一、我要移民了，投保有用吗?? 二十二、我想买其他保险公司的保险?? 二十三、保险很好，但我想过一阵子再买?? 二十四、保费会越来越便宜?? 二十五、除了保险，谈什么都可以?? 二十六、公司倒了怎么办?? 二十七、我有亲戚也在做保险?? 二十八、如果你不做了怎么办?? 二十九、听说保险佣金不错?? 三十、要是得了重病，我就不治了第四部分火眼金睛 第十六章购买讯号与身体语言?? 一、如何辨识购买讯号——肢体讯号?? 二、如何辨识购买语言——口语质疑?? 三、促成的行动力——肢体动作?? 四、促成的有力总结词句 第十七章 运用客户感官知觉，提高推销效率?? 一、理性、感性解说——个人及家庭生活费用?? 二、理性、感性解说——子女教育费?? 三、理性、感性解说——庞大医疗费用?? 四、理性、感性解说——退休养老费用?? 五、理性、感性解说——生命价值?? 六、理性、感性解说——遗产税?

媒体关注与评论

· 销售是一种创造性的活动；　　· 未曾失败过的人，恐怕也未曾成功过；　　· 锲而不舍，越挫越勇，最后的成功属于你。

第一图书网, tushu007.com

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