

<<成功直销锦囊>>

图书基本信息

书名：<<成功直销锦囊>>

13位ISBN编号：9787800013102

10位ISBN编号：7800013103

出版时间：1994-01

出版时间：企业管理出版社

作者：甘波

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>

<<成功直销锦囊>>

作者简介

朱强 毕业于清华大学精密仪器系，并在上海交大获硕士研究生学位，现任某台湾独资公司总经理助理，从事销售工作。

甘波 现任首都师范大学心理学讲师。中国社会心理学会会员。近年来，致力于心理学在企业形象设计CIS领域的研究，著有《CI策划：企业形象新境界》。曾担任电脑印刷企业、食品企业导入CIS的策划顾问。

<<成功直销锦囊>>

书籍目录

目录

- 第一章 直销 未来行销发展的趋势
- 第一节 直销历史沿革及特点
- 第二节 直销类型
- 第三节 多层直销管理方法
- 第四节 多层直销网运作
- 第五节 “分层负责”才是成功之道
- 第六节 大家都赚钱,钱从哪里来
- 第七节 多层直销会造成市场饱和吗
- 第八节 多层直销与老鼠会的区别
- 第九节 如何辨别直销经营者优劣
- 第二章 直销商所必备的素质
- 第一节 恒久耐力是直销成功的根本
- 第二节 直销商应具备的素质
- 第三节 直销商自我管理
- 第四节 如何推销你自己
- 第五节 直销商体态语言
- 第六节 商谈等于笑谈
- 第七节 受欢迎的直销商和不受欢迎的直销商
- 第三章 直销前准备
- 第一节 多层直销从自己亲友开始
- 第二节 如何拟定直销人选
- 第三节 优先直销对象的确立
- 第四节 利用电话愉快交谈
- 第五节 直销前准备
- 第六节 直销前要点
- 第四章 与顾客初步接触的技巧
- 第一节 直销辞令四阶段
- 第二节 如何使亲友接受你
- 第三节 获得良好第一印象
- 第四节 寻找谈话话题
- 第五节 AIDMA法则
- 第六节 增加顾客临场感
- 第七节 销售产品效用
- 第八节 观察顾客心理变化
- 第九节 创造再访机会
- 第十节 留下难忘背影
- 第五章 进一步获得成功的策略
- 第一节 直销中要点
- 第二节 富兰克林说服法
- 第三节 让顾客与潜在对手竞争
- 第四节 进一步说服的一般技巧
- 第六章 针对不同顾客采取不同直销策略
- 第一节 人的心理共性
- 第二节 顾客性格差异类型

<<成功直销锦囊>>

- 第三节 顾客年龄差异类型
- 第四节 顾客职业差异类型
- 第五节 面对爱追根问底的顾客
- 第六节 面对爱争辩的顾客
- 第七节 面对滔滔不绝的顾客
- 第八节 面对看似匆忙的顾客
- 第九节 面对刚愎自用的顾客
- 第七章 面对拒绝应采取的策略
- 第一节 拒绝的心理
- 第二节 针对拒绝采取的一般方法
- 第三节 针对“在别的公司有熟人”“已买了”的策略
- 第四节 针对“以前用过，不好”的策略
- 第五节 针对“心存犹豫”的策略
- 第六节 针对“嫌价钱太贵”的策略
- 第七节 针对“考虑一下”的策略
- 第八节 针对顾客“挑三拣四”的策略
- 第八章 顺利成交的策略
- 第一节 以暗示促使交易及时拍板
- 第二节 不要忽略顾客暗示
- 第三节 测量顾客购买欲望
- 第四节 把握时机取得成功
- 第五节 成交签约的策略
- 第九章 直销QC控制
- 第一节 直销后要点
- 第二节 建立顾客档案
- 第三节 直销管理
- 第四节 售后服务
- 第五节 直销产品的QC控制
- 第六节 直销的检讨与展望
- 第十章 雅芳（AVON）直销成功指南
- 第一节 如何向您的顾客推销产品
- 第二节 聚会销售方法
- 第三节 寻找有潜质的人

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>