

<<推销必备全书>>

图书基本信息

书名：<<推销必备全书>>

13位ISBN编号：9787802113060

10位ISBN编号：7802113067

出版时间：2006-10

出版时间：中央编译

作者：周树清 编

页数：346

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>

<<推销必备全书>>

内容概要

你想迅速成为公司的推销业务高手吗? 你想尽快提升自己的销售额和收入吗? 为达到上述目标, 本书为你提供118个简明、容易操作方法; 让你尽快掌握卓越的推销技术, 使自己在十天内成为一流的推销高手, 轻松成功。

这本简明扼要、实用性极强的图书, 非常适合全国5000万推销员、业务员自学, 也可以作为公司的培训教程。

本书由“十天”构成, 第一天是, 为自己制定一个好目标, 第二天给你指出了实现目标的四大工具, 第三天~第七天介绍了推销的五大实际步骤; 第八天的内容是在互联网上如何推销; 第九天分析了女性推销高手的特点; 最后一天为推销业务员的训练和管理。

与目前市场上众多推销图书不同, 这本书有以下四大创新: (1)注重实务操作, 有100多个具体销售方法可供你选择, 并分析了35个精彩实例。

(2) 中外结合。

既借鉴国外先进的经验, 也分析了我国的推销成功范例(并在每章后面专门开辟“关注中国”专栏)。

(3)设置了11套推销测试练习题, 请读者参与回答, 增加了读者的主动性, 形成了读者与作者的互动性。

(4)全书安排了37幅精彩图表, 图文并茂, 使你阅读更轻松。

<<推销必备全书>>

书籍目录

第一天 成功秘诀：一个好目标 — 如果你想成为一位推销冠军，你就能成功！ 如果你没有这个目标，你就永远是你 1. 以推销专家为目标 2. 专家意识是成为专家之捷径 3. 为何要确认需求 二 订立目标的六个方法 1. 设定目标应符合实际 2. 内容应平衡 3. 设定期限 4. 制作数据表 5. 变更与修正 6. 利用视觉 关注中国一年20亿的寿险代表第二天 实现目标的“工具” — 心理素质的开发与训练 1. “我一定能成功”——自信的魔力 2. 充满热情，足以感动顾客；缺乏热情，一事无成 3. “我要坚忍不拔，直到成功” 4. 拿出勇气，全力冲过去 二 拿出比别人多两倍的时间，目标定能实现 1. 长时间工作是取得一流业绩的法宝 2. 向超级推销大师学习 三 创新创意 1. 成功推销员的思考模式 2. 开发创意的九大方法 四 推销礼仪 1. 推销成功的第一关：服饰仪容 2. 手 3. 眼睛 4. 坐有坐相 5. 站有站姿 6. (推销员与顾客的)距离 7. 名片递交法 8. 身体语言测试12题 9. 初次印象测试15题 10. 百位经理谈仪表 关注中国推销了上千万元的广告业务员闻先生谈自信第三天 寻找和接近顾客 — 寻找顾客的20种方法 1. 直接开发顾客 2. 现有的顾客：连锁法 3. 以前的准顾客 4. 朋友、熟人和亲戚 第四天 商品介绍的常用方法 第五天 处理异议的艺术 第六天 完成交易和签约的秘诀 第七天 销售的关键环节：服务与跟踪 第八天 网上推销方法 第九天 女性推销人员的技巧 第十天 推销员的管理和训练

章节摘录

2. 向超级推销大师学习 美国汽车推销专家李科特的推销哲学是使业绩激增, 向超级推销员之路 前进。他所遵奉的法则是向伟大的推销员学习成功的秘诀, 这是使生涩的技巧很快就熟练的捷径, 能在最短的时间里, 赶上最好的推销员。

当他进入公司时, 马上调查出公司里有三位最好的推销员, 就拜托他们 指导他, 同时, 他也找出其他行业的优秀推销员, 不断地请教他们。

毫无条件地接受他们的教诲, 努力学习推销技巧。

因为他们的业绩很高, 受到公司的器重, 表示他们所采取的行动是正确的, 如果业绩不如他们, 则表示自己的推销方法有错误, 千万不可输不起, 要谦虚地学习他们的秘诀。

有一些业绩不好的推销员, 会在背后批评一流的推销员, 借以掩饰自己的无能, 李科特最讨厌这种心胸狭窄、输不起的人。

不管他们怎么为自己辩护, 也无法胜过一流的推销员, 道理非常简单, 业绩不如人就是失败者, 再怎么为自己辩护, 不但没有用, 还会落人话柄。

他刚进入福特汽车公司时, 有一位琼斯先生, 是当时最好的推销员, 大约五十岁左右。在所有汽车公司的推销员中, 他的业绩是最高的, 可以说是 一位超级的推销员。

那时, 汽车尚未普遍被使用, 处于流行前的阶段, 一个月的平均销售量只有现在的一半2.8辆。

那时琼斯先生每天都售出一辆新车, 一年就卖了365辆, 是十分令人诧异的业绩, 以现在的比例来换算, 一天是出售两辆车子, 一年卖了700辆到 750辆之间的数目。

而且当时出售新车, 大部分还要收购客人的旧车。

因此也要负责将旧车卖掉。

等于现在一天出售了两辆新车、一辆旧车, 一年就 卖1000辆到1100辆汽车。

超级汽车推销员琼斯采取共同的推销方法, 请汽车修理厂为代理店。

当 修理厂的顾客要购买新车时, 就把订单交给修理厂, 由他们和顾客洽谈订约 事宜。

他利用这种方式, 取得了很多订单。

所以他那令人惊异的推销量, 并不是一个人的功劳, 而是一个组织的力量。

当时, 一些业绩不好的推销员, 就在背后批评琼斯先生: “琼斯先生不 像我们靠自己的力量来推销汽车, 而是利用很多修理厂来一同销售, 业绩当然会很好, 没什么了不起。

”李科特听到那些无能的人为了辩护自己所说的 话, 觉得非常生气, 就为琼斯先生说句公道话:

“那你们为什么不用琼斯先生的方法来推销呢? 不过就算你们采取这种 方式, 我想你们也无法做到像琼斯先生那样的业绩, 跟目前没什么差别。

所以应该要有雅量接受事实, 虚心学习琼斯先生的推销秘诀, 向他挑战, 做一个胜过他的优秀推销员。

” 一流的推销员所具有的共同特色之一, 就是非常率直和谦虚、求知欲很强。

在此介绍一位凯先生, 他负责推展信实保险公司的业务, 在每一家公司 都有凯先生的名字, 他为大家所推崇, 因为其他推销员一年的业绩, 平均是 1000万到1500万之间, 而凯先生一年所拉到的保险高达1.2亿元。

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>