

<<成长型企业命脉>>

图书基本信息

书名：<<成长型企业命脉>>

13位ISBN编号：9787802557826

10位ISBN编号：7802557828

出版时间：2011-4

出版时间：企业管理出版社

作者：程鹏飞

页数：202

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>

## <<成长型企业命脉>>

### 内容概要

千军易得一将难求，人才是21世纪企业最大的战略资源。  
对成长型企业来讲，人才决定着企业的成败，关乎着企业的生死。  
如何看准人、选对人、用好人、留住人，是成长型企业的大问题，一个不可不关注的问题。

本书是程鹏飞老师10年实践经验的心得，其理论去繁就简，实务简单易行，深深植根于当下成长型企业的现状，从不同方面诠释了企业成长的理念，并针对成长型企业的发展和中国企业成长之路上遇到的各种问题提出了解决路径和方法，是对中国企业成长中遇到的问题的中国式解决方案。

这是一本企业家、行业领袖、人力资源管理者们的必读之书，更是实现企业可持续发展和掌控企业成长命脉的行动指南！

<<成长型企业命脉>>

作者简介

中国首席人才战略专家  
中国企业团队建设十大杰出人物  
企业长青商学院副院长  
企业长青教育集团共同创始人之一

## <<成长型企业命脉>>

### 书籍目录

#### 第一章 不懂心理学就做不好销售

01. 摆脱虚荣心：销售人员 卑微的行业

/003

02. 塑造打动人心的第一印象

/006

03. 因为自信所以成功

/009

04. 设定目标，目标决定高度

/011

05. 克服恐惧，练就“厚脸皮”

/014

06. 诚信让你的推销之路走得更远

/017

07. 失败不过是离成功更近一步

/020

08. 用热情敲开成功的大门

/023

09. 接纳客户才能促成完美销售

/026

10. 沟通好，顾客才能为你买单

/027

11. 要成交生意，先建立友情

/030

#### 第二章 解读顾客们的消费心理

01. 顾客对推销员的警戒心理

/037

02. 顾客们的名牌心理

/039

03. 每位消费者心中都有一个价格

/040

04. 物以稀为贵的心理

/043

05. 越挑剔越是潜在客户

/045

06. 被顾客需要就意味着成功

/048

07. 用逆向思维满足顾客的猎奇心理

/050

08. 顾客们有寻求安全感的心理

/053

09. 大部分顾客都有贪小便宜的心理

/056

10. 顾客们只关心自身的利益

/058

11. 顾客的逆反心理：得不到的东西才是最好的

<<成长型企业命脉>>

/060

12. 顾客们的参与性心理

/063

第三章 提升销售员心理素质的十大工具

01. 磨炼恒心, 绝不半途而废

/069

02. 谨防“销售低潮”

/071

03. 好心态创造好业绩

/073

04. 学会自我克制

/076

05. 练就时刻都能保持微笑的豁达

/079

06. 用毅力和耐力自我挑战

/081

07. 信念, 让你坚持到底

/083

08. 自信是推销员不可或缺的气质

/085

09. 拥有更多的失败经验

/087

10. 塑造自我才能表现出色

/089

第四章 销售人员必胜的心理引导

01. 多利用惯性思维引导客户

/095

02. 多为客户着想, 就能赢得客户

/098

03. 让客户满意自己的购买行为

/102

04. 好奇心是客户注意你的前提

/104

05. 以退为进, 紧牵客户心

/107

06. 让客户跟着自己的话进行思维

/109

07. 积极回应客户的抱怨

/112

08. 用微笑拉近彼此的心理距离

/115

09. 想方设法让客户依赖你

/118

10. 迎合客户的兴趣 /121

第五章 销售其实是一场心理博弈

01. 心急吃不了热豆腐

/127

## <<成长型企业命脉>>

02. 消除内心的恐惧

/130

03. 用“不卖”吊起客户的胃口

/133

04. 客户需要适当地恭维

/135

05. 视顾客的拒绝为成交机会

/137

06. 保持冷静应对突发事件

/140

07. 根据客户调整自己的销售心态

/143

08. 站在客户的立场上思考

/147

第六章 针对不同客户心理的应对策略

01. 专断型客户要服从

/151

02. 随和型客户要热情

/153

03. 虚荣型客户要赞美

/155

04. 精明型客户要真诚

/158

05. 炫耀型客户要恭维

/161

06. 内敛型客户要体贴

/163

07. 犹豫不决型客户需逼迫

/165

08. 标新立异型客户要独特

/167

09. 墨守成规型客户要实用

/169

第七章 打动客户心理的销售口才

01. 销售员绝对不该说的9类语言

/173

02. 销售就是帮助客户挑选所需产品

/176

03. 用真诚来换取真诚

/180

04. 将对方和你的“一些相同点”加以扩大

/184

05. 少说“我”，多说“我们”

/186

06. 声东击西，先说产品再说价格

/189

07. 多让顾客说肯定的话

## <<成长型企业命脉>>

/194

08. 设计新颖独特的开场白

/197

09. 专注地倾听客户的话

/201

第八章 打开客户“心门”的钥匙——你必须知道的十条心理定律

01. 奥新顿法则：你关照好客户的心，客户就关照你的生意

/207

02. 哈默定律：天下没有做不成的生意，只有不会做生意的人

/210

03. 伯内特定律：让产品在顾客心中留下深刻的印象

/212

04. 250定律：把自己看做是商品

/214

05. 原一平定律：失败时要百折不挠

/216

06. 跨栏定律：制定高目标激发销售潜能

/218

07. 斯通定理：把拒绝当成一种享受

/221

08. 二八定律：客户渴望被关怀

/223

09. 奥纳西斯定律：把发展客户工作做在别人的前面

/226

10. 二选一定律：让主动权掌握在自己手上

/228

第九章 观察身体语言，读出客户心理

01. 小动作“出卖”客户大心理

/233

02. 眼睛是客户赤裸的内心

/234

03. 头部动作传递出客户信息

/237

04. 坐姿中蕴藏的玄机

/239

05. 脚部动作泄露出的小秘密

/241

06. 读懂客户的手部动作

/243

07. 保持距离，不要侵入他的“领地”

/246

08. 察言观色，不同客户不同对待

/250

第十章 金牌销售人员的攻心秘笈

01. 巧妙地预约是成功的第一步

/255

02. 学会聆听客户陈述

<<成长型企业命脉>>

- /258
- 03. 让客户的借口说不出口
- /261
- 04. 打破常规, 出奇制胜
- /263
- 05. 用人情留住老客户的心
- /267
- 06. 掌握自己产品的相关信息
- /270
- 07. 迎合需求, 让客户觉得物有所值
- /274
- 08. 以优质的服务俘获客户
- /277
- 第十一章 金牌销售人员的良好习惯——销售不能忽视细节
- 01. 从细节处寻找突破点
- /283
- 02. 永远让客户先挂电话
- /286
- 03. 时间管理, 充分利用好每一分钟
- /288
- 04. 仪表和着装赢得客户好感
- /290
- 05. 请记住客户的名字
- /293
- 06. 善于营造气氛, 善于利用环境
- /296
- 07. 及时记下客户的要求
- /299
- 08. 习惯说关心和赞美顾客的话
- /302
- 09. 业务员拜访客户之道
- /305



## <<成长型企业命脉>>

### 章节摘录

战略是生存之道 战略是企业不死的秘密，是企业持续经营的密码。

马云认为，企业家最重要的一项使命和职责就是延缓企业衰亡的时间，因为企业一成立，就注定有一天会死亡，只不过每家企业死亡的情况不一样。

在一家企业中，有九十几家企业死的时候一点声音都没有，还有几家死的时候“扑通”一声激起几朵浪花，只有极少数(一到两家)企业死的时候“轰隆”一声巨响。

有清晰、正确战略的企业，一般而言，它们对自身和环境都有清醒、客观的认识。

他们知道自己的优势是什么，劣势又是什么，知道什么能做，什么不能做也做不好；他们对外部环境和事情发展的趋势有大致而正确的判断，明白机遇在哪儿，挑战又在哪儿，应当采取何种策略才能更好地利用有利的因素，躲避不利的因素。

只有战略明确的企业，才能获得自己的竞争优势，更好地适应环境，迎接变化和挑战，其经营也才能持续下去。

一般人只有肉眼和慧眼，而有战略意识的企业家则具有一双法眼。

肉眼看到的是现象，是表面；慧眼看到的是道理，比肉眼所见更深入、更有水平；法眼看到的是本质、是规律。

具备法眼的人的高超之处就在于他们能透过纷繁复杂的表象看到事物的本质，能把所有无关紧要的细枝末节都过滤掉，看到问题的内核，能超越让人眼花缭乱的变化而看到事物未来的发展趋势。

一个企业家要取得成功，不仅需要肉眼和慧眼，更需要一双法眼。

一个有战略意识的企业家就应当具备一双法眼，具备一种看大势、看全局、看本质、看未来的能力。有这种能力的企业家就可以制定出超前的战略，指导企业乘风破浪，躲避明礁暗堡，持续地朝着既定的航向前进。

……

<<成长型企业命脉>>

编辑推荐

战略人力资源管理最重要的作用有人力资源信誉、掌握业务、掌握人力资源和掌握变革四个。

<<成长型企业命脉>>

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>