

图书基本信息

书名：<<世界第一的銷售大師喬．吉拉德每天在想的10個問題>>

13位ISBN编号：9789866129049

10位ISBN编号：9866129047

出版时间：2013-5

出版时间：大智文化有限公司

作者：陳安迪 著

页数：320

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>

前言

前言 什麼是推銷？

「推銷就是初次遭到顧客拒絕之後的堅持不懈。

也許你會像我那樣，連續幾十次、幾百次地遭到拒絕，然而，就在這幾十次、幾百次的拒絕之後，總有一次，顧客將同意採納你的計畫，為了這僅有一次的機會，推銷員在做著殊死的努力，推銷員的意志與信念就顯現於此。

」世界壽險首席推銷員齊藤竹之助如是說。

一位推銷專家曾經說過：「每一次明顯的推銷嘗試都會造成溝通上的抵制。

」因為人們就是不喜歡成為推銷或干涉對象，尤其是成為一個陌生人的推銷或干涉對象。

當他們看到你走過來時，他們不一定總是躲起來，但他們會豎起其他形式的盾牌，甚至可能是一個隱藏在他們自然本性之下的防禦性面具，為了成功，你必須剝去這層人造外殼。

人們很自然地詆毀、抵制新事物。

我們成長過程中所取得的大部分成就都是通過戰勝抵制才得到的。

回溯到一八二〇年，鐵路也被人們反對，大部分理由是說它會使人們震顫，而且使女人、牲口早產，使奶牛停止產奶，甚至使母雞不再下蛋。

現在，雖然外部世界已經改變，但人性本質依然如故，即人們通常不願意改變自己的慣性狀態，因此，抵制是可以預期的。

推銷肯定有抗拒，假設每個人都排隊去買產品，那推銷員也就沒有作用，頂尖推銷員也不會被人們所尊重。

所以推銷遭受拒絕是理所當然的。

優秀的推銷員認為，被拒絕是常事，並養成了吃閉門羹的氣度與習慣。

他們會時常作好被拒絕的心理準備，並且抱有征服顧客拒絕的自信。

這樣的推銷員往往會以極短的時間完成推銷，即使失敗了，他們也會冷靜地分析顧客的拒絕方式，從中找出應對這種拒絕的方法來，以後遇到這類拒絕就將越來越少，成交率也會越來越高。

推銷的秧苗往往是在一連串辛勤灌溉後才能開花結果，不要想著一次就正中靶心，而應該努力思索如何才能打動準客戶的心，如何能讓準客戶發現自己的需要，發現你服務的熱情和真誠。

因為他的拒絕，你才有機會開口，瞭解原因何在，然後針對缺口，一舉進攻，不是嗎？

所以被拒絕不是壞事，反而應該視為促使你推銷的契機。

從心理學的觀點來看，當客戶拒絕你或對你的態度不好、不友善時，他心裡相對也是不好過的，並非對人不敬心裡就特別得快活。

很多推銷員之所以不能很好地推銷產品是因為他們只是想到自己賣一件產品能從中賺多少錢，如果你只想到自己能賺多少，那你一定會遇到更多的拒絕，你會受到更多的打擊。

被拒絕的原因基本上是來自於客戶因素、推銷員因素及商品因素三大方面： 一．來自客戶方面的因素有：客戶先入為主的成見；客戶的購買習慣；客戶心情不佳或怕麻煩，不放心；客戶的購買經驗（從前有過不滿意的經驗）；客戶沒有購買需要，或未被激發出購買需求；客戶沒有購買權或不符公司規格要求；客戶沒有支付能力或預算不夠；客戶已有固定的貨源關係（契約關係）或手邊尚有存貨……。

二．來自推銷員方面的因素有：推銷員服務不周、禮儀不當、信譽不佳、資訊不完整、證據不足……。

三．來自產品方面的因素有：產品價格太高；產品品質、包裝、等級、功能、服務等因素。

如果知道突破拒絕的具體方法，就可以以比較輕鬆的心情進行推銷。

下面分析了一些推銷高手的銷售手段，然後將其突破拒絕的方法歸納整理成十項： 一．不管面對何種形式的拒絕，都要說：「對於您抱有的這種意見，我無論如何要強調……」（如果你準備好話題，自然就不會害怕） 二．被拒絕時要非常平和地說：「能否請您先參考看看，再拒絕也不遲。」

三．當被拒絕時為了引開此話題，應準備三個或三個以上的問題。

<<世界第一的銷售大師喬·吉拉德每天>>

四．當被拒絕時，應把話題轉向「小孩」。

五．被拒絕時就說：「啊！」

原來如此！

」再點頭微笑著說：「恕我冒昧」，然後就坐下來，這也是一種技巧。

六．被拒絕時就說：「我瞭解了。」

」然後起身要回去，這樣顧客就會消除緊張感。

接著再說：「啊！」

對了，無論如何這一點……」如此展開話題，也可以收到效果。

七．被拒絕時不要緊繃著臉，或者不好意思，應露出最好的笑臉。

這點平常要作好自我訓練。

八．被拒絕時要說：「只要給我五分鐘就好。」

」九．被拒絕時，應使用「相信你有一天會需要的」或「那就等下一次」一類的辭令。

十．先提出要求。

被拒絕時不妨問對方：「為什麼呢？」

」這是最常用的模式，也是最典型的初訪應對用語。

當然，也可能在提問後得不到答案，卻可以在下一次訪問時獲得回答，進入商談。

原一平對他所拜訪的每一位客戶都表示深深地感謝，即使對方不買他的保險，他也是非常感激，因為他相信：相見就是緣份。

對於每天有緣認識的人，不論他們是否投保，都應該極為珍惜。

我給所有推銷員的建議是：我們不是把產品推銷給客戶，而是在幫助客戶，幫助客戶解決困難和問題，提供最好的服務。

永遠不要問客戶要不要，而要問自己能給客戶提供什麼樣的幫助。

所以以積極正面的心態去看待拒絕是決定你推銷事業成敗的關鍵。

<<世界第一的銷售大師喬·吉拉德每天>>

內容概要

什麼是推銷？

「推銷就是初次遭到顧客拒絕之後的堅持不懈。

也許你會像我那樣，連續幾十次、幾百次地遭到拒絕，然而，就在這幾十次、幾百次的拒絕之後，總有一次，顧客將同意採納你的計畫，為了這僅有一次的機會，推銷員在做著殊死的努力，推銷員的意志與信念就顯現於此。

」世界壽險首席推銷員齊藤竹之助如是說。

人們很自然地詆毀、抵制新事物。

我們成長過程中所取得的大部分成就都是通過戰勝抵制才得到的。

回溯到1820年，鐵路也被人們反對，大部分理由是說它會使人們震顫，而且使女人、牲口早產，使奶牛停止產奶，甚至使母雞不再下蛋。

現在，雖然外部世界已經改變，但人性本質依然如故，即人們通常不願意改變自己的慣性狀態，因此，抵制是可以預期的。

推銷肯定有抗拒，假設每個人都排隊去買產品，那推銷員也就沒有作用，頂尖推銷員也不會被人們所尊重。

所以推銷遭受拒絕是理所當然的。

優秀的推銷員認為，被拒絕是常事，並養成了吃閉門羹的氣度與習慣。

他們會時常作好被拒絕的心理準備，並且懷有征服顧客拒絕的自信。

這樣的推銷員往往會以極短的時間完成推銷，即使失敗了，他們也會冷靜地分析顧客的拒絕方式，從中找出應對這種拒絕的方法來，以後遇到這類拒絕就將越來越少，成交率也會越來越高。

推銷的秧苗往往是在一連串辛勤灌溉後才能開花結果，不要想著一次就正中靶心，而應該努力思索如何才能打動準客戶的心，如何能讓準客戶發現自己的需要，發現你服務的熱情和真誠。

因為他的拒絕，你才有機會開口，瞭解原因何在，然後針對缺口，被拒絕的原因基本上是來自於客戶因素、推銷員因素及商品因素三大方面：

1.來自客戶方面的因素有：客戶先入為主的成見；客戶的購買習慣；客戶心情不佳或怕麻煩，不放心；客戶的購買經驗（從前有過不滿意的經驗）；客戶沒有購買需要，或未被激發出購買需求；客戶沒有購買權或不符合公司規格要求；客戶沒有支付能力或預算不夠；客戶已有固定的貨源關係（契約關係）或手邊尚有存貨…… 2.來自推銷員方面的因素有：推銷員服務不周、禮儀不當、信譽不佳、資訊不完整、證據不足…… 3.來自產品方面的因素有：產品價格太高；產品品質、包裝、等級、功能、服務等因素。

如果知道突破拒絕的具體方法，就可以以比較輕鬆的心情進行推銷。

下面分析了一些推銷高手的銷售手段，然後將其突破拒絕的方法歸納整理成十項：

1.不管面對何種形式的拒絕，都要說：「對於您抱有的這種意見，我無論如何要強調……」（如果你準備好話題，自然就不會害怕）

2.被拒絕時要非常平和地說：「能否請您先參考看看，再拒絕也不遲

」

3.當被拒絕時為了引開此話題，應準備三個或三個以上的問題。

4.當被拒絕時，應把話題轉向「小孩」。

5.被拒絕時就說：「啊！」

原來如此！

」再點頭微笑著說：「恕我冒昧」，然後就坐下來，這也是一種技巧。

6.被拒絕時就說：「我瞭解了。」

」然後起身要回去，這樣顧客就會消除緊張感。

接著再說：「啊！」

對了，無論如何這一點……」如此展開話題，也可以收到效果。

7.被拒絕時不要緊繃著臉，或者不好意思，應露出最好的笑臉。

這點平常要作好自我訓練。

8.被拒絕時要說：「只要給我五分鐘就好。」

」 9.被拒絕時，應使用「相信你有一天會需要的」或「那就等下一次」一類的辭令。

10.先提出要求。

被拒絕時不妨問對方：「為什麼呢？」

」這是最常用的模式，也是最典型的初訪應對用語。

當然，也可能在提問後得不到答案，卻可以在下一次訪問時獲得回答，進入商談。

作者簡介

陳安迪 新加坡大學經濟管理學碩士，兼修廣告設計。
任職於某世界五百強企業的銷售主管，在職期間有幸和吉拉德先生有過交流，在此編纂此書與讀者共享銷售大師的心得體會。

<<世界第一的銷售大師喬·吉拉德每天>>

書籍目錄

第一個問題 世界第一名都在想什麼、做什麼，怎樣才能超過他們？

一、什麼信念使喬·吉拉德三十八歲成為世界頭號推銷員 二、安德魯·卡內基在成為世界富豪之前做了什麼三、拳王阿里憑什麼爭霸世界 四、推銷之神原一平為什麼連續十五年推銷業績全國第一 五、梅琳凱化妝品公司每年零售二百億美元的秘密六、喬·吉拉德衣領上佩戴什麼樣的別針 七、安東尼·羅賓每小時的演講費為什麼高達幾萬美金 八、喬·吉拉德每天練習的七個基本動作 第二個問題 到哪兒釣魚，什麼地方魚最多？

一、貼在喬·吉拉德辦公室門上的箴言二、美國前總統柯林頓的一萬張資料卡 三、喬·吉拉德250推銷定律四、什麼樣的潛在顧客符合購買條件五、十在什麼情況下比一百大 六、一句問話使你成為推銷高手 七、3A級準客戶的七項特質 八、喬·吉拉德成功介紹十大步驟 第三個問題 一分鐘之內做什麼事情最有生產力？

一、第一句推銷詞應該注意的六個問題二、價值一千萬美元的三句話 三、喬·吉拉德有效利用時間的六個原則 四、推銷員A為什麼比推銷員B優秀 五、喬·吉拉德怎樣打電話六、尋找客戶抗拒理由的小技巧七、八個催熟劑主動引導客戶作決定八、熟練運用三個問題快速成交 九、推銷高手具備的七項特質 十、怎樣做客戶不會跟你討價還價十一、喬·吉拉德怎樣使用二選一法第四個問題 什麼樣的推銷才是完美無瑕令人難忘的？

一、喬·吉拉德用什麼方法培養顧客的忠誠度二、從推銷員到行家的十個專項訓練 三、有效推銷的TDPDR公式 四、喬·吉拉德初訪客戶前作哪些準備五、成功介紹產品三點式 六、喬·吉拉德怎樣接電話七、什麼樣的服務才算完美 八、戴爾公司的「24 | 7」工作理念 第五個問題 我的服務跟其他推銷員有什麼不同？

一、喬·吉拉德一年寄出的十六萬八千張卡片二、用什麼好辦法能把客戶逗樂 三、自動電話轉接和人工轉接有什麼區別 四、麥可·喬登為什麼是最偉大的籃球明星 五、喬·吉拉德怎樣消除客戶的抗拒感六、算算你賣的產品到底有多少個好處 七、巧妙答覆客戶反對理由的十二個原則八、如何用信函來傳達感激和敬意 第六個問題 關鍵時刻做什麼才能迅速成交？

一、為什麼全世界很多影迷歌迷都愛喝百事可樂二、客戶成交信號三點式 三、喬·吉拉德如何用汽車「綁架」客戶 四、快樂至上的假設成交法 五、條列式推銷說明清單 六、神奇的七加一法則 七、如何對待你的競爭對手八、怎樣用合一架構法說服客戶 九、客戶跟推銷員還價的十二種動機 十、喬·吉拉德遇到「我會考慮一下」怎麼辦第七個問題 怎樣推銷才能比昨天多銷售一點？

一、喬·吉拉德怎樣用切蛋糕的方法作推銷 二、推銷員著裝依據什麼樣的標準 三、喬·吉拉德為什麼和肖像畫談心 四、齊藤竹之助如何成為全日本銷售業績第一名五、優秀推銷員需要養成哪些習慣 六、客戶對推銷員最大的抱怨是什麼 七、催眠式銷售：讓客戶對你萬分信任 八、喬·吉拉德對成功的定義九、喬·吉拉德怎樣增加每次的銷售額十、如何贏得老練客戶的尊敬 第八個問題 客戶最關心的利益關鍵點是什麼？

一、客戶最想問的七個問題 二、客戶對推銷員言行舉止的二十五種期望三、客戶異議背後的七種潛在要求四、什麼是客戶心中的「櫻桃樹」 五、NEADS聊天模式 六、喬·吉拉德為什麼穿哈里·羅斯曼店的衣服七、客戶最想聽哪些話 八、如何讓客戶陶醉在你的產品中 九、潛能大師安東尼·羅賓怎樣發掘顧客見證 第九個問題 怎樣把自己打造成攻無不克的推銷巨人？

一、六十%的顧客成交前會拒絕四次 二、保險教父弗蘭克·貝特格的忠告三、與客戶初次見面怎樣讚美最恰當四、喬·吉拉德處理拒絕的十四個法則 五、喬·吉拉德怎樣推銷自己 六、當你發現自己情緒不好時怎麼辦七、成功者必備的十六項人格特質八、推銷活動中的八十 / 二十法則九、推銷員的頭等大事是什麼 十、原一平怎樣練就三百三十八種笑容 第十個問題 怎樣做才能成為客戶的免費私人秘書？

一、哈威·麥凱六十六個最重要的客戶背景資料二、怎樣讓你的客戶有面子 三、喬·吉拉德怎樣傾聽客戶的意見四、四種讓客戶快速接納你的方法五、梅琳凱給推銷員的忠告 六、怎樣做好客戶的私人秘書 七、推銷員要掌握的六種最新資訊 八、醫生與推銷員的三個區別 九、喬·吉拉德怎樣買保險

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>