

<<销售一定要懂的人脉术>>

图书基本信息

书名：<<销售一定要懂的人脉术>>

13位ISBN编号：9787113138349

10位ISBN编号：7113138349

出版时间：2012-1

出版时间：中国铁道出版社

作者：方一舟

页数：230

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>

<<销售一定要懂的人脉术>>

前言

如今，许多做销售的朋友时常会发出这样的感叹：“我的客户在哪里？

我的产品卖给谁？

朋友不多，人脉不丰，资源有限，业绩压力巨大，要想做出一番成绩真是难于上青天啊。

”销售并不难，难的是你的人脉不广，资源不多，你在人际交往上有些欠缺。

日本畅销书作家冈岛悦子的《人脉力》一书很是畅销，说的就是如何借助人脉的力量来改变命运。

古语云：天时不如地利，地利不如人和。

对销售人员来说，人脉术更为重要。

做销售的过程就：是人际交往的过程。

销售从打通人脉开始，只有广交朋友、拓展你的人脉资源，你才能做好销售，取得非凡的业绩。

斯坦福研究中心曾经发表一份调查报告，报告指出：一个人赚的钱，12.5%来自知识，87.5%来自人脉。

这个数据可能会令很多人震惊。

很多人更加清醒地认识到：为什么世界上到处都是才华横溢却郁郁不得志的人，那些怀才不遇的抱怨者，通常都不太重视人脉的力量。

哈佛大学商学院做过一项关于人脉的调查研究，研究的目的是想了解人脉在一个人的成就中扮演着怎样的角色。

结果发现，大凡杰出的人才，往往有雄厚的人脉资源，使得专业并不是很弱的弱势得到有效弥补。

当一位表现平平的研究员遇到棘手的问题时，会去请教专家，之后却因苦候回音而浪费了时间；那些杰出的人才却因为在平时就已经建立了丰富的人脉资源网，一旦有事便直接找到最有效的“通道”，最后总是能够顺利过关，直达目的地。

销售的实质就是人际关系、人际沟通。

有人把销售的过程总结为三部曲：“由生人变熟人，由熟人变关系，由关系变销售”。

可见，认识客户，建立良好的关系，是销售不可或缺的环节。

优秀的销售人员都把如何结交更多的人，建立更好的人际关系视为重要的销售法则。

众所周知，柴田和子被誉为“世界寿险销售冠军、东方销售女神”。

她在31岁时成为日本第一生命保险公司的一名保险销售员，而后仅仅过了7年，就登上日本保险销售冠军宝座，连续多年蝉联日本行销冠军的称号。

她一年的业绩相当于804名普通业务员的业绩之和，她所创造的业绩超过了“销售之神”原一平的销售业绩，荣登吉尼斯世界纪录。

她辉煌的业绩与她充分利用人际关系有很大的关系。

柴田和子善于与各种各样的人交往，亲戚、朋友、同事、学友、老乡、客户等无一不被她收入关系网中。

应该说，是她拥有的强大的人脉网成就了她事业上的成功和人生中的辉煌。

据统计，有50%的销售是因为人们之间的交情成交的。

这就是说，交情是超级销售法宝，销售在很大程度上说就是处交情、做人脉。

有人脉才容易做销售，朋友多了，销售就顺理成章地成交了。

为了让更多的销售人员了解人脉对销售的重要性，让大家在丰富专业知识的同时，也不忽略人脉的扩展，我们愿意做领路人，潜心编写了这本《销售一定要懂的人脉术》。

本书运用典型的事例和通俗易懂的语言，向广大销售人员详细介绍了人脉对于销售的重要性，怎样获取人脉，如何洞察客户的心理，如何做好、做熟、做深每位客户，如何建立良好的个人口碑，扩大自己的影响力，如何赢得潜在客户，让客户免费帮你销售等一系列的技巧和方法，帮助广大销售人员在工作中更好地与人交往，走进人脉圈，拥有更多的朋友和客户，取得更好的销售业绩。

本书既有大师们的成功经验，包括“世界最伟大的推销员”乔·吉拉德、李嘉诚等，也有普通大众成功销售的故事。

我们想告诉读者的是：每个人都可以在销售领域发光发热，都可以成为销售精英，重要的是你要知道

<<销售一定要懂的人脉术>>

，成功靠的是人脉。

请记住：没有钱可以，没有人不行；没有能力可以，没有关系不行；没有资本可以，没有圈子不行。

没有卖不出去的产品，只有你找不到买产品的人，有了这本书，困难见了你都会绕道，阻碍会跟你挥手拜拜。

应该说，本书既能为销售新人雪中送炭，能为取得成功的销售员锦上添花。

研读本书，也许你就是销售界下一个NO.1。

<<销售一定要懂的人脉术>>

内容概要

做销售就是做人脉。

销售员如果不懂得如何搭建、维系、掌握人脉，就如同无本之木，无源之水一样，永远都不可能获得真正的成功。

《销售一定要懂的人脉术》的重点就是教你怎样获取人脉，如何做好、做熟、做深每位客户，让你站在销售大师的肩膀上，成功地走进人脉圈，从而拥有更多的朋友和客户，取得更好的销售业绩。

<<销售一定要懂的人脉术>>

书籍目录

第一章 人脉对销售有多重要

- 直线开拓客户为什么那么难
- 有人介绍和没人介绍不一样
- 为什么朋友捧场的生意最好做
- 将产品推销。

给亲朋好友让谁难为情

- 情感认同才是信任的关键
- 你的圈子决定了你的销售成绩

第二章 学会多渠道拓展，搭建自己的人脉网

- 哈佛有个销售关系网战略
- 湿营销：“人肉搜索”给销售员的启示
- 互联网上的社会性软件，你有多少
- 市场即对话：微。

薄推广的策略

- 间接关系靠什么来打通
- 人脉库：拓展人脉的最佳途径

第三章 洞悉消费心理，锁定目标客户

- 洞察当代消费者的心理需求
- “用得着，买得起”是两个基本条件
- 如何把东西卖给说“不要”的人
- 集团采购：这条大鱼怎么钓
- 寻找最有价值的目标客户群
- 谁在左右客户的购买行为
- 找到购买决策者

第四章 客户把你当朋友，销售才不难

- 初次见面，让客户眼前一亮
- 让客户喜欢你，你才有价值
- 经常联络，就能成为好朋友
- 你在客户心里的地位有多重要
- 站在顾客的角度为顾客着想
- 从客户的兴趣爱好入手
- 艾瑞克森技巧：对客户催眠就这几招
- 相似法则：找到和客户相似的地方
- 利用客户的资源，为自己也为客户创造效益
- 你来到他身边，带来了好处，带走了不便
- 提高自身亲和力，诚恳的态度比广告还有效
- 如何创造更多的情感共鸣区

第五章 摸清人脉特征，客户的特性决定你的营销策略

- 在脾气上赢不了就用真诚赢他
- 对有“完美癖”的客户，可以在创新上做文章
- 对待自命清高型的客户，你可以幽默一点
- 面对做不了主的客户，使用激将法
- 巧妙应对好面子的客户
- 巧妙制造悬疑，引导好奇心强的顾客
- 年龄不一样消费特征也有所不同

<<销售一定要懂的人脉术>>

不同职业的客户有不同的思维方式

性别决定消费特点

客户善于分析，你要给他具体的数据

第六章 谈判中的人脉操纵术，要想钓到鱼，就要像鱼儿一样思考

沟通就像是跳舞，必须要能够互动

迎合客户的价值观，让客户产生认同感

现场试验最能打动客户

不做客户的老师，做顾问式销售

巧用对比，让客户乖乖顺从

借用他人的影响力来帮助客户下决定

购买又一术：激发人性的弱点

“白脸”“黑脸”各有一个

第七章 人脉网助你把握更多的潜在客户

时刻整理客户关系网，把潜在客户分等级

提高老客户忠诚度，永久的关系就是永久的生意

做客户联系记录，记住潜在客户的关键话

“宴请”对潜在客户的影响力

如何过门卫和秘书这一关

打销售电话要多问候，少推销

如何让人把客户转介绍给你

让潜在客户注意到自己

搞定“问题客户”有办法

营销大师乔·吉拉德的“250”法则

第八章 赢一个客户赢一次生意，输一个客户输一个江湖

每个客户都可能会影响到一个庞大的群体

客户为何会离你而去

每一笔生意都不能虎头蛇尾

挖掘与老客户延续合作的机会

每一个购买客户都要做一个档案

客户投诉，怎样有一个美好的结局

善于倾听，就能发现问题，赢得客户

找到你的对手不能满足的客户需求

和客户之间追求双赢

信守原则，别让客户不再信赖你

第九章 做1%的高端，赢1000%的成功，巩固一个重要人物就可能将业绩放大数十倍

“攀龙附凤”你要找对人

把东西卖给社会关系总量大的人

“坐头等舱”的背后意义

赵本山为什么要读mba

别小看小区大妈的影响力

推销员应该懂点口碑营销学

学一些大客户销售技巧

你的关系网是“圈主”们欢迎你的条件

拓展国际关系网

第十章 见缝插针，能销则销，让人脉价值最大化

一个老客户比一百个新客户都重要

“六度分隔说”对销售员说了什么

<<销售一定要懂的人脉术>>

在关键时刻“弱关系”最有利
收集信息的能力决定人脉价值最大化的程度
让自己成为受到更多关注的人物
学学玫琳凯“与公众交流”
突出你某方面的技能，让别人来找你
向媒婆学习成为营销高手

<<销售一定要懂的人脉术>>

章节摘录

版权页：但是，一次交易的结束并不意味着合作关系的结束，为了使客户更忠诚于企业，销售人员在售后还要与客户保持联系，沟通交流，确保他们的满足持续下去。

企业需要快速和每一个客户建立良好的互动关系，为客户提供个性化的服务，使客户在购买过程中获得产品以外的良好心理体验。

3.与客户进行深入沟通，避免产生误解很多企业经常会抱怨客户流失严重，其实，客户流失的最大因素就是企业与客户缺少沟通，客户的合理需求不能得到切实有效的满足。

对客户理解不够，关怀不够，客户自然就会离你而去。

所以，企业应及时把客户对企业产品、服务及其他方面的意见、建议收集上来，融入企业的各项工作之中，有针对性地进行策略调整。

这样，既可以使老客户知晓企业的经营意图，避免产生不必要的误解，又可以有效调整企业的营销策略，以适应不同客户的购买需求和老客户的需求变化。

此外，企业要建立相应的投诉和售后服务沟通渠道，鼓励不满客户提出意见，及时处理客户不满，并且从尊重和理解客户的角度出发，站在客户的立场去思考问题，采用积极、热情和及时的态度。

同时也要跟进了解客户，采取积极有效的补救措施。

4.为客户离开制造障碍制造客户离开的障碍，使客户不能轻易跑去购买竞争者的产品是保留和维护客户的有效办法。

这个障碍的制造可以从两方面入手，首先，从企业自身角度上，要不断创新，改进技术手段和管理方式，提高客户的转移成本和门槛；其次，企业要努力和客户保持亲密关系，让客户在心理上认可企业，在情感上忠诚于企业，对企业形象、价值观和产品产生依赖和习惯心理。

这样才可以使客户与企业的关系更加长久和稳定。

<<销售一定要懂的人脉术>>

编辑推荐

《销售一定要懂的人脉术》编辑推荐：做销售就是做人脉，拼订单先要拼关系，让你少奋斗十年的销售策略。

作为一名销售员，你了解：人脉关系决定销售成败，善用人脉加快成功速度，你需要：获得人脉的上乘法则，成功销售的制胜法宝。

作为一本人脉书，它提供：最富启发的人脉策略，最具价值的销售智慧，它成就：金牌销售员的全方位人脉技巧。

<<销售一定要懂的人脉术>>

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>