

<<销售就这几招>>

图书基本信息

书名：<<销售就这几招>>

13位ISBN编号：9787122093257

10位ISBN编号：7122093255

出版时间：2010-10

出版时间：化学工业出版社

作者：张兵

页数：198

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>

<<销售就这几招>>

前言

每个人都离不开销售。

离开销售，就只能躲在深闺无人知。

离开销售，就只能寸步难行、一事无成！

每个人都是“销售员”，同时也是被推销的对象。

当我们做一名“销售员”的时候，就要努力达到四两拨千斤的效果，最省力且成果巨大！

作为优秀的销售员，有两种理想状态：一是可以在精神上常常处于轻松好战的状态；二是可以在物质上享受丰厚的实利。

但是在茫茫销售大军中，有几人又能真的如愿，达到这种状态呢？

那些在工作生活中，巧舌如簧、瞒天过海、磨破嘴皮、说干唾沫的销售员为什么会业绩平平呢？

说明单靠嘴巴、舌头是不够的！

那些东奔西走、不辞辛苦、跑断腿的销售员，风尘仆仆，但为什么所获并不甚佳？

说明只是善跑也不能保证赢利！

还有那些曾经名噪一时的销售人员或团队，或许他们有着长久的销售经历，丰富的销售经验，创造过不菲的销售业绩，而不时惨败常把他们的成就付诸东流。

说明局部的个案经验也不能保证成功！

那么，到底怎样才能做到畅销不败、长销长胜呢？

销售必须知道用力之巧，用力不巧，千斤举不起四两。

擒贼先擒王，打蛇打七寸，打刺猬攻击它的腹部，捕猎野兽先封喉。

销售看似复杂，却也有关键的地方。

如果在实际战斗中注意到这些关键之处，在这些关键之处发力、用招，那么复杂的问题往往可以迎刃而解。

我们本身所具备的语言才华、交际技巧才能在这时锦上添花，如虎添翼，产生更大的威力。

《销售就这几招》教你从认识你的对手开始，利用抓七寸、上游漫水、逆流插进、地毯轰炸、绝地重生等步步连环大招，赢得销售冠军。

第一招，掌控资料，抓住负责人，然后从那里开始用招。

但同时记住，如同下棋，不是乱吃对方棋子，真正的高手一招一式皆是為了一个中心——逼宫杀将帅，在最短的步骤和时间内让对方投降。

第二招，制人之心，占据主动权，上游漫水。

让对方买账的方法就是知其所欲，但这时不是立刻满足他的欲望，而设立一个看似完美的目标引诱他，牵着他走，化被动为主动，让他一步步越走越深，成为买单的人。

第三招，反向思维，逆流插进，地毯轰炸。

老子说，以正治国，以奇治兵。

中国第一成功商人陶朱公说，夏则资皮、冬则资絺、旱则资舟、水则资车。

作为销售人员要能打破销售常规，攻其不备，出其不意，这样才能在淡季中创造旺季，在旺季中肆意攻击，疯狂收获。

这样才能最先打入阵地，掘到大金，满载而归。

第四招，绝地重生。

兵圣孙子说，置之死地而后生。

汉朝大将韩信只靠这一句话千里奔袭、背水一战、以少胜多，创造了神勇将军的称号。

假如我们销售人员能有这样的气魄，想必再难的险峰也会被踩在脚下。

销售是一场战争，销售需要兵法。

事实上，最精微的销售绝技就是这几招。

本书不光要在理论上、战略上给予指导和启发，还希望给当下在销售中面临的困境者提供最有效的出路和方向。

烽火边塞，诸侯躁动。

<<销售就这几招>>

厉兵秣马，犹未迟也！

<<销售就这几招>>

内容概要

销售的本质都是一样的，无非就是把货卖出去，把钱拿回来。

但是在这一卖一拿之间藏有无穷的“玄机”，销售不仅是和钱打交道，更是和人打交道！

销售就是一场心理博弈战，只有那些窥见客户内心的人才能立于不败之地！

销售就这几招，都在销售中的心理学诡计中，如果不学一点，很容易会在与客户“过招”的时候失手。

这不是大街上那种随处可见的销售教材，它更像是从销售柜台前或者人心深处直接拍摄下来的鲜活镜头，每一个镜头都是销售战术的在线直播。

通过它，你可以看到客户购买心理的微妙变化以及如何掌控，让他们乖乖实现你的销售。

没有含糊其辞，没有空话套话连篇，本书中所提供的种种技巧，不管是销售产品还是发展合作，拿来即可用的绝招让销售人员都能游刃有余。

让销售人员一看即懂，一用就灵，切实解决销售中的问题！

学几招管用的销售技巧，把自己的钱袋装满吧！

<<销售就这几招>>

作者简介

张兵，畅销书作家，致力于成功心理学、教育心理学的研究。结合自己的实践和体悟，对年轻人的精神世界进行了深刻的剖析和阐释。针对年轻人所面临的现实困惑，提出了一系列切实有效的解决方案。目前已出版《30上下，决定男人的一生》、《先交朋友，再做生意》、《13岁前，妈妈一定要懂的那些心理学》等精品图书。

<<销售就这几招>>

书籍目录

第一章 客户资料决定输赢 客户档案比东奔西走更有效 对客户资料掌握越精确,成功的概率就越大 如何给客户分类——红苹果、ABC、血型 了解你的客户——避免万一失手,胜过百发百中 如何找到你的客户和他的资料 了解你的竞争对手——为什么客户要买我的产品,而不是竞争对手的 了解不同客户的消费心理 携带笔记本,随时记下客户的需求

第二章 直接找负责人说话,别把时间浪费在门卫身上 突破接待人员的技巧 直接找老板说话,别把时间浪费在门卫身上 接线员不是路障,而是导游 消除内心对大人物的恐惧——就这样,没什么了不起 “鲍威尔销售法”——对付畏惧心理的一剂良方 识破强度秘书的话语

第三章 销售中的心理学——不懂心理学永远做不好销售 假定成交,真能让你成交 欲擒故纵销售法——张弛有道,大单来到 单刀直入销售法——很多时候客户不喜欢玩虚的 服务有“缺陷”销售法 巧用认知对比原理——元钻戒与元饰品 心理暗示销售法——由“我卖货”变成“我买货” 将你与客户的“相同点”加以扩大

第四章 不做正常的傻瓜,把销售主动权牢牢掌控在自己手里 改变思维,别做正常的傻瓜 二选一定律——把主动权操纵在自己手上 羊群效应——吸引大批的“羊”来吃你的“草” “傍大款”法则——用不了多久,你也能成大款 将客户的购买热情度加度 每个客户背后都有个潜在客户

第五章 只要你能解决客户的困难,客户就能解决你的订单 为客户制造一个“假想敌” 满足客户的安全感,客户就能满足你的成就感 以实物或戏剧化的过程抓住客户的兴趣点 少一些单调、多一些创意 采用“迂回战术”,打开客户的钱包 列“资格描述表”,分出谁是值得销售的客户 “解决方案式”销售法

第六章 销售没有淡季——在最冷最热、下雨下雪天去拜访客户 “不景气”销售法 在最冷最热、下雨下雪天去拜访客户 巧选非电话高峰期进行销售 对“木头型”客户,要下“狠招” 会抱怨的客户是好客户 以身销售法——自我销售和产品销售同等重要 让客户体验产品是有效的销售方法

第七章 地毯式轰炸销售法——铺天盖地撒网,大鱼小鱼通吃 “人头攒动”的秘诀 名片是世界上最伟大的销售员 地毯式轰炸销售法——铺天盖地撒网,大鱼小鱼通吃 扮猪吃虎销售法,让弱势变优势 有时候,实话实说是销售的最佳策略 会议销售法——吸引客户的诱饵 利用“网络博客”销售——新时代的新选择

第八章 置之死地而后生销售法——销售精英都是被逼出来的 置之死地而后生——冷淡客户成交法 你不卖他偏要,不许偷看他偏看 必要时采取“现场逼订”法——精英是被逼出来的 胆大心细“不要脸”,销售需要“死缠”而不是“烂打” 对客户不能千篇一律,看哪种销售方法最适合 遭受拒绝后,继续不间断地访问 出奇才能制胜——利用客户好奇心销售 临门一脚,给摇摆的客户施点压

第九章 利用“内线”销售——每一个客户都是你的“兼职销售员” 利用“内线”销售 每一个客户都是你的“兼职销售员” 分一半销售法——把商品不留痕迹地卖出去 用十分的自信吊足客户胃口 故事是金——一流的销售擅长讲故事 借用“道具”销售——销售员不一定动手,但一定要多动脑

第十章 生意属于会谈价的人——永远不要接受第一次开价或还价 价格是个很敏感的词 “太棒了,钱是我最喜欢的问题”销售法 永远不要接受第一次开价或还价 让客户先出价,主动权就掌控你手中 不要等客户自己做决定,而是主动帮他做决定 反复刺激客户的购买兴趣点 “声东击西”谈判法,让成交更爽快

第十一章 用小恩小惠来拉近与陌生客户之间的感情 最有力的销售武器是情感 用小恩小惠来拉近与陌生客户之间的感情 老客户回访销售法,订单滚滚来 用客户的说话方式说话,客户才更喜欢你 拜访客户时记得先讨一杯水 让客户觉得自己与众不同,他就会对你与众不同 不要独自吃饭——找机会与客户共进午餐

<<销售就这几招>>

章节摘录

第一章 客户资料决定输赢 客户档案比东奔西走更有效时间过得真快。

后天就是小女孩罗拉的生日了。

她的妈妈正在为如何给女儿过一个难忘的生日而犯愁，这时刚好收到了一封来自彼乐海餐厅的贺卡。

贺卡上写道：“亲爱的小罗拉，后天就是你6岁的生日了，彼乐海餐厅很乐意为你举办一个令你难忘的生日晚会。

彼乐海餐厅的全体员工，将送上对你最真诚的祝福！

” 这封意外的贺卡，让小罗拉一家人都兴奋不已。

真没有想到，还有这样一家餐厅会记得宝贝女儿的生日，并送上如此特别的祝福。

但是这家餐厅是怎么知道女儿生日的呢？

罗拉的妈妈想了半天才记起，半年前，她带女儿去一家餐厅吃饭的时候，应服务生的要求顺手在签名单上写下自己家庭的住址、女儿的姓名以及所在的幼儿园。女儿的生日，肯定是那家餐厅通过幼儿园的老师打听到的。

她写完地址就匆匆地带女儿离开了餐厅，也记不起那家餐厅的名字。

但是一张小小的贺卡，却一下子让罗拉一家人对这家餐厅的感觉完全不一样了。

小罗拉生日那天，他们去了那家叫“彼乐海”的餐厅。

他们发现，整个餐厅生意火爆，座无虚席。

彼乐海餐厅正是因为认真建立客户档案，才产生了无数的回头客，成为当地最大的餐饮企业。

它发展了30多个分店，年利润达3000万美金。

并由经营餐饮行业，延伸到其他行业。

不管你是彼乐海哪种行业的客户，每当特殊节日的时候，都会收到来自彼乐海的祝福！

作为一个销售员，也应该像经营企业那样对待自己的工作，要想让自己做得足够好，就必须对每一个客户的资料了如指掌。有的销售员可能会说：“客户的资料我早已记在心里，没有必要写下来，这样太麻烦了！

”如果有这种想法，你就是一个不称职的销售人员。

要知道，你每天要接触无数的客户，一年下来你的客户就不计其数，建立客户档案，是一个持续而漫长的工作，仅凭大脑的记忆是不可能完成的，你需要为每个客户建立一个详细的档案表。

每天你都会遇到不同身份、不同地位、不同性格、不同爱好的客户，如果你不把这些客户的详细资料记录并保存下来，你就会在无形中浪费很多客户资源。

即使有一些老客户流失了，你也很难发现。

大到一个企业，小到一个销售员，如果不能及时地发现并满足客户的需求，就等于将自己的客户拱手送到对手那里。

如果你为客户建立了详细的档案资料，你就可以了解客户更多的信息，和客户建立更为直接、更为密切的关系。

给客户建档案的时候，除了了解客户的工作单位、家庭住址、生日，最好还要记录下客户的常用邮箱、博客地址、QQ号码以及MSN。

有了客户档案，你就可以在客户生日的时候，或者中秋节、母亲节及其他节日的时候，为客户寄去一张别致的贺卡或者发一封祝福的电子邮件，让客户有一种被重视的感觉，这样客户就会对你有个良好的印象，也加深了你和客户之间的感情。

让客户在你这里开了一个长期的情感账户。

作为销售人员，如果你做不到这一点，你就永远做不了一个顶级的销售精英。

了解客户需求的最好方法，就是为客户建立档案，这样你可以根据客户的年龄、性格，有针对性地销售产品。

另外，客户档案中记录一些和客户有关的重要日子，在这些特殊的日子，及时向客户送去问候或祝福。

这样既维持了和客户之间的联系，也抓住了销售的机会。

<<销售就这几招>>

如此双管齐下，销售就会变得很简单！

.....

<<销售就这几招>>

媒体关注与评论

无论你卖什么产品，都要找到决策者，不学会过这一关，你会浪费很多时间！
所以，为了联系到拍板人，你必须应用自己的技巧突破难缠的接待人员。

——突破接待人员的技巧一个小男孩总是哭闹不停，妈妈怎么哄都不行，这个时候，妈妈对小男孩说：“快别哭了，再哭大灰狼就要来了！”

快和妈妈一起睡觉！

”很快，小男孩就停止了哭闹，乖乖地睡觉了。

一个优秀的销售员，要善于利用客户的这种意识，制造一个“假想敌”。

——为客户制造一个“假想敌” 有一些客户，总对销售人员的热情产生敌对情绪，认为你有利可图才会这样。

你越是热情，对方就会越觉得自己吃亏，最终排斥你。

更有一类自以为是的客户，他看你的眼神像是看一个马戏团的小丑，你的热情反而会助长他们的气焰。

面对这样的客户，最好的方法就是冷淡他、疏远他，用冷漠浇灭他的凌人盛气，让他主动找你！

——置之死地而后生，冷淡客户成交法 一个合格的销售员，把商品卖给需要的客户；一个优秀的销售员，把商品卖给任何人。

销售的最高境界，是让客户帮自己销售，把所有的客户变成自己的“兼职销售员”！

——让每一个客户都成为你的“兼职销售员”

<<销售就这几招>>

编辑推荐

擒贼先擒王，打蛇打七寸，打刺猬攻击它的腹部，捕猎野兽先封喉。

销售看似复杂，却也有关键的地方。

如果在实际战斗中注意到这些关键之处，在这些关键之处发力、用招，那么复杂的问题往往可以迎刃而解。

我们本身所具备的语言才华、交际技巧才能在这时锦上添花，如虎添翼，产生更大的威力。

《销售就这几招》教你从认识你的对手开始，利用抓七寸、上游漫水、逆流插进、地毯轰炸、绝地重生等步步连环大招，赢得销售冠军。

销售是一场战争，销售需要兵法。

事实上，最精微的销售绝技就是这几招。

本书不光要在理论上、战略上给予指导和启发，还希望给当下在销售中面临的困境者提供最有效的出路和方向。

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>