

<<推销真经>>

图书基本信息

书名：<<推销真经>>

13位ISBN编号：9787500695424

10位ISBN编号：750069542X

出版时间：2010-10

出版时间：中国青年出版社

作者：易达

页数：250

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>

## <<推销真经>>

### 内容概要

本书内容涵盖了推销理念、心态养成、心理素质、推销方法、成交技巧等领域，将推销的学问寓于一个个生动、详实的案例之中，深入浅出地讲解推销的心理规律和实用技巧，极富启发性与可操作性。阅读这些内容，推销新人可以了解影响客户购买行为的真实原因，能够看到使推销获取成功的种种方法，生硬的条条框框也会在不知不觉间渗入到推销工作中最细微的地方，让推销新人能尽快掌握金牌推销员的成功技巧。

## &lt;&lt;推销真经&gt;&gt;

## 书籍目录

序第1条 军规 首先热爱推销 推销：新世纪最重要的工作之一 正确认识推销这个行业 推销是体现自我价值的表现 推销能够提升自我 热爱推销是优秀的保证第2条 军规 合理地掌控目标、计划和时间 设立目标，令推销员有的放矢 合理地制订并实行推销计划 学会利用时间，提高工作效率第3条 军规 不抛弃，不放弃 抛弃潜在客户，就是抛弃自己 潜在客户的寻找方法 没有离开的客户，只有离开的推销员第4条 军规 坚信自己 自信是成功推销的基础 组成自信的4个元素 自信的培养和维护 帮助推销员获得自信心的小技巧第5条 军规 克服恐惧，把被拒绝当做一种享受 恐惧：谋害推销员的毒药 推销，从被拒绝开始 正视客户拒绝，从中学习经验 挺直腰板——推销员克服恐惧三步走第6条 军规 必须熟悉自己的产品 先熟悉产品后推销 坚持使用自己推销的产品 通俗易懂地描述产品 用FABE法介绍你的产品第7条 军规 要学会忍耐 忍耐是成功推销的奠基石 不能硬碰硬，要学会示弱 控制情绪的方法 从忍耐中觅得良机第8条 军规 主动出击 积极的推销员创造业绩 推销员主动性的培养 主动出击的技巧第9条 军规 时刻保持良好的健康状态 身体健康是成功销售的保障 保持健康心态，提高推销效率 珍惜健康，创造业绩第10条 军规 第一时间拿出亲和力 亲和力=竞争力 时刻保持婴儿般的微笑 恰当的谈话方式能增强你的亲和力 遇事镇定，练就“好脾气” 完善自身，遵循培养亲和力的原则第11条 军规 注意形象，给客户留下好印象 好形象是推销员的敲门砖 保持好形象要从“头”开始 遵循原则，合理着装 注意脚上的细节第12条 军规 把客户当做朋友一样对待 推销员的真诚度决定客户的接受度 决不欺骗客户 说话要照顾客户的感受 记住客户的姓名 经常联系老客户第13条 军规 运用口才，有技巧地与客户沟通 推销商品，就是用口才与客户沟通 训练口才的方法 巧用口才，盘活推销第14条 军规 做客户的忠实听众 学会倾听，有助于推销的进行 做客户的标准“听众” “听”并及时回应着第15条 军规 学习学习再学习 不断地学习，铸就金牌推销员 学习推销要跟对人 自我学习要实践3%原则 储藏知识，让你每天都有进步第16条 军规 注意一切细节 细节影响推销的成败 观察细节，抓住客户需求 注重细节，获得心理加分 成功的推销，源于细节的积累第17条 军规 及时化解客户的异议 首先尊重客户异议 异议的类型和来源 处理异议的原则 选择适当的答复时机 处理异议的技巧第18条 军规 放下面子才能拿“金牌” 金牌推销员不怕“丢面子” 主动认错不会丢面子 为客户留面子，就是给自己找面子第19条 军规 要做谈判高手 谈判的两大原则 避开对手布置的陷阱 谈判的策略第20条 军规 善于敦促客户成交 主动要求才能成交 把握成交的时机 促成成交的技巧第21条 军规 永远向前看 止步不前就等于倒退 锐意进取的推销员才能成功 保持强烈进取心的方法 永远走在最前面

## &lt;&lt;推销真经&gt;&gt;

## 章节摘录

执著的服务 乔·吉拉德有一句名言：“我相信推销活动真正的开始在成交之后，而不是之前。

”推销是一个连续的过程，成交既是本次推销活动的结束，又是下次推销活动的开始。推销员在成交之后继续关心顾客，既能赢得老客户回头，又能吸引新客户加盟，生意越做越大，客户也越来越多。

乔·刚都弗是全世界唯一在一年内做成十亿美元生意的人寿保险经纪人。他定居在佛罗里达州湖地市，是数十家人寿保险公司的代表，手上的客户遍布全美。在保险事业刚起步的时候，他决心要对每一位客户加以追踪服务，并且一定要坚持不懈，使之成为自己的一个奉行不渝的原则。

有一次乔·刚都弗出售了一万美元的人寿保险给一名大学生，同时也卖给了对方一纸终身服务的契约。

在他看来，不论客户是大是小，都会从自己身上获得相同的服务。

“我有义务为他们服务一辈子。

”他相信这样做才是区分一名人寿保险经济人与其他经纪人的方法。

这名学生毕业后搬到了一个遥远的城市，可是乔·刚都弗并没有断绝与他的关系，仍然与他保持一年至少一次的联系，即使他不再买保险了。

有一次，这名客户参加鸡尾酒会时一位宾客突然抽搐不止，他曾受过心肺机能复生术训练，于是立即为其急救，挽救了对方的生命。

这位差点步上黄泉路的宾客是全美数一数二的大亨，病好后便请求这位大学生为他工作。

数年后，这位大亨计划贷一笔钱来做一项房地产投资，他询问乔的这位客户：“你知道有谁和大保险公司有联系吗？

我要借一些钱。

”这位客户立即打电话给乔·刚都弗，那天下午乔·刚都弗便卖给这位大亨两千万美元的保险来承保那笔贷款，这在当时是乔·刚都弗卖出的最大一笔保险，他也赚取了一笔丰厚的佣金。

执著的服务能让推销员与众不同，乔·刚都弗之所以能得到这笔大生意，就在于他没有放弃对任何一个小客户的服务，所以他在这些小客户眼里是个值得信赖和尊重的人。

推销员不能因为客户小就放弃了对他们的服务，要做到只要是自己的客户，都应得到最好的服务，保证对小客户的服务品质与大客户一样好。

这些小客户日后很可能会变得十分成功，他们将会带来意想不到的大生意。

像狼一样盯住潜在客户 近年来，“狼性文化”在企业界盛行，对所谓“狼道”的解读书籍相当热销。

遵照市场的丛林法则，推销员需要像狼追踪猎物一样坚持不懈地追踪潜在客户，这无疑是“狼性”的特点之一。

在美国，有一个推销员盯住了一个大客户。

他多次约访，都被秘书挡在了门外。

后来，他通过很多途径了解到那位老板的行程，将从芝加哥飞往另外一个城市。

在掌握了这个老板的班机信息后，他自己也买了一张机票。

候机时，他看到了那位老板，表现出意外的样子，很自然地地上前搭话，“我是某某某，曾经跟您联系过，给您发过邮件。

”那位老板很诧异，说：“哦，我听秘书提起过，是你啊！”

”两人随即聊了起来，越聊越深入。

下飞机后，推销员顺理成章地拿下了这个大客户。

故事里的推销员在确立目标后，就像狼一样紧紧盯住潜在客户，虽然多次约访都遭到拒绝，但仍然不放弃这个潜在客户，还通过多种途径掌握对方的一举一动，发现可乘之机就抓住不放，最后终于做成了生意。

<<推销真经>>

日本经营之神松下幸之助是一位坚韧不拔的经营者，他还讲过另一个坚韧不拔者的故事。那人是一家大银行的低级职员，为了承揽松下电器公司的业务，一次又一次地跑去向松下陈述。由于当时日本企业界习惯于一对一，松下本无转移业务之理，所以第一次回绝了，以后次次如此。可这位职员每半年总要来访一次，一直坚持了6年。后来，由于情势的转变和实际需要，松下公司决定新增关系银行，生意当然最终由那位职员得到了。

.....

## <<推销真经>>

### 编辑推荐

推销，是现代商业活动的重要组成部分，推销员的业绩在很大程度上决定着公司的效益，金牌推销员也往往是企业里最炙手可热的人物。

要想获得推销事业的成功，推销员要能深入理解客户的需求，针对客户需求找出有效的解决方案，并用完美的行动完成具体工作。

优秀的推销员必须拥有如下几种素质：正确的理解推销职业；优秀的推销理念；良好的心理素质；积极向上的心态；自我学习的习惯；与客户交往的技巧；产品推销技巧。

《推销真经》用军规式的行为准则来培养推销员成功的习惯，既可作为推销新人的入门读物，也可作为推销员自我提高的参考读物，是所有怀着金牌推销员梦想的年轻人都不应错过的指路明灯。

<<推销真经>>

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>