

<<新营销>>

图书基本信息

书名：<<新营销>>

13位ISBN编号：9787501773411

10位ISBN编号：7501773416

出版时间：2006-2

出版时间：中国经济出版社

作者：徐旗

页数：273

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>

<<新营销>>

内容概要

《新营销：产品推广的全部艺术》共4章，第一章销售技能，第二章销售管理，第三章销售心理学，第四章营销战略。

销售技能是针对推销员讲述怎样改变突破和自我管理，以及销售常识；销售管理是销售系统的管理，即针对销售经理讲述怎样科学地销售、服务，以及服务、零售和渠道建设；销售心理学由天赋力量、成功的秘密、交流艺术以及人际关系理论组成；营销战略是针对企业管理层从战略角度分析企业营销问题。

作者认为，推销和市场推广是针对具体业务两者的结合，不是对立。

《新营销：产品推广的全部艺术》适用于各行业营销人员和希望成为营销人员的大学生们。

作者简介

徐旗，10年IT行业背景，经历了几乎所有类型的企业，从基层做到外企的总经理。
历任：美国IMAG公司北方区经理，美国庄明公司总经理，英语目标软件公司总经理，科利华公司发展总监，赛迪网高管，王码电脑公司销售和华东渠道经理，无锡开源商场业务员，无锡轻型轴承厂技术员等。
建有“凯旋管理咨询网”，著有《推销员》（中国经济出版社出版）、《一个小刺猬的保险生涯》（中国经济出版社出版）、《新营销》（中国经济出版社出版）、《国家兴亡论》（待出版）。

<<新营销>>

书籍目录

第一部分 推销永恒第一章 推销技能第一阶段：快速成功第二阶段：改变第三阶段：销售常识第四阶段：突破第五阶段：管理自己第二章 销售管理第六阶段：销售流程与销售系统第七阶段：团队管理第八阶段：渠道建设第九阶段：服务第十阶段：零售第三章 营销战略第十阶段：营销战略第二部分 销售心理学第四章 销售心理学第十二阶段：天赋力量第十三阶段：成功的秘密第十四阶段：交流的艺术第十五阶段：人际关系理论附录 销售系统“百万富翁计划”

<<新营销>>

章节摘录

推销三难 出门就可能有，不出门永远没有！
开口就可能有，不开口永远没有！

推销员的第一难点是情面关。

你知道吗？

不仅我们自己难为情开口，对方也怕情面！

所以客户才会躲我们。

越是熟人越躲，因为情面。

第二难难在勤奋上。

能每天都同样热情地联系和拜访3个客户？35度、零下10度、雨天？ 自我约束是第三个难点。

推销员是最自由的，只有业绩的约束，最容易放任自流。

所以要定期开会，要签到，甚至夕会。

三化原理 无形的东西有形化：指保险那样的无形的东西要通过与风险相关的故事变成有形的生动的。

让客户看车祸后变形的汽车的照片就是把无形的风险形象化，没有边际变成确定。

有形的东西生动化：车床那样枯燥和冷冰冰的产品应该描述成挣钱机器而不是处理钢铁的机器。

挣钱用来旅游、买房和车、恋爱结婚等美好生活的情景。

想象玩具为什么让孩子和姑娘着迷？因为玩具可以掐，摔，捏，有质感。

手机比房子更有形，因为更容易把玩，所以房子比手机难推销，保险更难。

理性的东西感性化：法律和保险条款是枯燥难懂的，用法律电影的场景或著名案例描述就很有意思了。

技术，房子，手机，家电，保险和汽车其实都是冷冰冰的。

普通的推销员喜欢谈论各种功能，平方面积，为什么不把功能变成像玩具和苹果那样的可以感受的东西呢？ 卖房子的推销员要把房子的每一平方米向客户描述成美好家庭生活的情景。

孩子的爬行需要空间，要有地毯，摆放玩具需要空间，储存玩具需要壁橱。

干净美好的厨房是妻子和母亲的最爱，需要很多空间摆放橱柜、洗碗机、切菜的地方等等。

即使现在不买洗碗机应该留出地方来。

厕所和浴池要多大的空间，放镜子、衣服架等物品。

夫妻的卧室要多大，放多少东西？孩子的卧室要多大，放什么东西？客厅放音响和大屏幕电视，现在没有以后会有的。

大空调、茶几、大沙发、书架等等。

卖房子可以是卖空间，也可以把空间形象化成生活的情景。

哪个更能打动客户呢？ 让客户在大脑里放电影一样想象住房子的情景，手机的各种用途。

顾客在你那里逗留的时间越久，购买的可能性越高。

别忘了让顾客签合同或付钱，至少也要让他们能下次再来找你。

毕竟许多商品是顾客要仔细研究的。

——演练 保险：无形和忌讳的东西变成电影一样生动。

不要拿客户作比喻，可用尊贵的人举例。

山区观光汽车上的董事长Vs乞丐一车祸一身价。

日本退休游客在西藏心脏病发作。

直升飞机送到医院：普通人能行吗？他为什么呢？有救援公司的金卡。

软件：多数人喜欢讲功能，然后就是价格，跟着客户的指挥棒转。

枯燥的科技生活化后还会只盯着价格不放吗？ 汽车？房子？制造业（变速器，轮胎，车床，钢珠等）。

交流方式同样遵循这个原理：见面总是比电话效果好，电话比短信、E-mail或传真好。

<<新营销>>

所以销售中力争拜访客户，文字用来说明复杂的技术性的内容，电话则仅仅用来约访！

高水平推销靠重复练习和有组织的日常练习。

人们坚持不下去往往是因为没有强迫。

不要指望所有人都跟你买 不要指望你能一网打尽天下的客户，因为客户的档次、地区、兴趣、购买力以及人际关系，自身产品的定位和技术含量等因素不同。

推论：该放弃的就早点放弃，许多客户并不是我们的客户。

即使一些客户不成交也不是我们的失败。

实例：我对网络教学软件公司老板说该公司能拿下全国67家网院的1/5~1/3就了不起了。技术出身的他大叫：“那哪行，我们要100%拿下”这个市场！

结果如何呢？一年才有2个半客户。

这是典型的对营销无知的结果。

这样的老板会把营销团队逼疯，甚至“善意地”把公司搞跨。

<<新营销>>

编辑推荐

《新营销：产品推广的全部艺术》由4部分内容组成 · 销售技能：由改变、常识、突破和自我管理组成，面向推销员。

· 销售管理：即科学地管理销售，由销售系统、科学地销售、服务、零售和渠道等销售经理们最关心的事情组成。

· 销售心理学：由天赋力量、成功的秘密、交流的艺术和人际关系理论组成，面向所有营销人员。

· 营销战略：从战略角度诊断企业营销问题，面向企业管理层。

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>