第一图书网, tushu007.com

<<现场实况>>

图书基本信息

书名：<<现场实况>>

13位ISBN编号：9787502777517

10位ISBN编号：7502777512

出版时间：2010-7

出版时间：海洋出版社

作者：王冲

页数：237

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

如果你是一名销售人，那么，请你回答以下问题。
　·什么是销售？　·销售人是什么样的？　·高效销售团队有哪些特征？　·如何融入一个优秀的销售团队？　·客户在哪里？　·如何向客户实施销售“魔法”？　·如何留住你的客户呢？　·如何晋升为更高级别的销售人？　读过本书，相信你肯定有更好的答案。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

王冲，武汉大学经济学硕士，汇聚国际教育集团董事营销副总裁，中国领先的企业家导师，华语顶尖商业演说家，在各种商业环境下的实战销售经验，独创不确定性人性销售理论，曾先后出任3家五百强公司销售总监，擅长训练企业销售团队和打造销售文化团队。

书籍目录

第一章 给自己和销售一个精确的解读 1 销售是什么?你适合从事销售吗? 2 销售人的“ 标准像 ” 3 解密销售人的“ 面子问题 ” 4 做最优秀的销售要恪守“ 伦理观念 ” 5 责任感是销售魔法的“ 密码 ” 魔法训练课：态度决定一切 第二章 团队——魔法销售的合力作用 1 成功销售员背后的伟大的团队 2 好的团队更是好的培训基地 3 高效团队的8大特征 4 要找到属于自己的团队 5 不是加入团队而是融入团队 6 学会向团队“ 索要 ”回报 魔法训练课：营造团队氛围 第三章 魔法销售的“ 兵器谱 ” 1 别忘记亲朋好友这块“ 根据地 ” 2 让自己成为“ 交际圈 ”的圆心 3 解开 ”枷锁 ”的钥匙就是你的态度 4 要学会给客户的消费“ 把脉 ” 5 因人而异才能出手不凡 6 将心比心就会有的放矢 7 好的销售员定要充分了解自己的产品 8 做与众不同的产品“ 分析师 ” 9 具有杀伤力的“ 竞争销售法 ” 魔法训练课：消灭市场发展的“ 魔鬼 ” 第四章 施于客户的“ 定身魔法 ” 1 不可不知的犹太人“ 智慧法则“ 2 找到“ 潜伏“ 的大客户 3 小客户滚出来的大雪球 4 产品虽少，服务不少，有主有次 魔法训练课：如何赢得客户第五章 魔法销售的实用技巧 1 “ 与时俱进 ”：魔法导航信息爆炸时代 2 “ 美人计 ”：打造优雅可靠的印象 3 “ 借刀杀人 ”：借助一切力量 4 “ 声东击西 ” 一切聊天为销售做储备 5 “ 反客为主 ” 把控氛围与谈话进度 6 “ 速战速决 ”：先嗅嗅产品的味道 7 安排最佳出场顺序 . 8 期望与现实的天平不能倾 9 充分尊重自己的竞争对手 10 买卖不成，我们依然是朋友 11 产品出错，做一个有担当的销售员 12 面对所有的变化，真诚待之 魔法训练课：克服恐惧，自信走上讲台第六章 永远不要为了销售而销售 1 多样客户，魔法探测需求 2 永远绅士般地对待每一个潜在的客户 3 销售始于销售结束 4 客户不是上帝，却可以让我们上天堂 5 定期调查，适时反馈最新信息 6 顾问决定价值(SPIN模式) 7 VIP的荣耀更有吸引力 魔法训练课：打破框框第七章 销售员的自白书 1 我是名销售员 2 销售员要学会自我管理和教育

章节摘录

许多销售员深信，和小客户打交道是无利可图的，因此把小客户市场视为畏途。
于是，他们开始花更多的时间和精力，一心想要从所谓的“大主顾”或“全国性主顾”身上捞到更大好处，听到这样的想法时我总会忍不住惋惜。
其实，销售员已很难从这类大客户再榨出多少油水了。
也有一些销售员看到了和小客户做生意的潜力，却未看到可能增加的成本和复杂度，沿用和大客户往来的事业模式，如此不仅事倍功半，那些小客户也不满意。
然而商场上却不乏成功的例子。
以计算机产业为例，康柏计算机和IBM-向以中大型企业为目标客户层，获利成绩不菲。
尽管如此，新兴的戴尔计算机公司却率先推出“接单后生产”的模式，企图满足分散小客户的需要。
根据国际资料与LINK两家公司于1997年所作的小型企业调查结果显示，有超过35%的受访者指出，未来在购买个人计算机时，他们将优先考虑戴尔计算机的直销管道。
想要以小客户为摇钱树的销售员，应该自问以下三个问题：　哪一类或哪几类是最有利可图的小客户层？
如何以不花大钱的诉求方式吸引上述小客户层上门？
如何制定价格策略与建立销售通路，一方面让上述小客户层感到满意，另一方面还能赚到合理的利润？
在挖掘客户时，千万不要忽略了这些分散的小客户的存在，这也是你去挖掘出来的金子。
在向小客户推销时，不可表现出轻视，或者觉得对方订的东西不多，所以不用介绍太多产品，相信大家听说过很多小客户大订单的故事吧。
你在销售时，该对自己的产品进行一个大概的介绍，然后根据对方的需求进行侧重地推销。
而且对客户都应以礼相待，不管对方身份地位，只需记住此刻这是你的客户，你有责任也有义务为之服务。
在产品卖出以后，更不要因为对方只跟你买了一些小东西就放弃跟踪服务，只是跟踪服务的周期稍微长些，但是，了解客户使用的反映以作进一步的销售是完全有必要的。
……

编辑推荐

销售员都是好孩子，他走向挖掘奇迹的人，他走向需要帮助的人，他走向顾客和上帝，路上挤满无助的人、饥饿的人，路上刮着变幻的风，路上走着销售员，我们不是天生的追随者。
来吧，别跪着，生活是颗苦药丸要吞，你必须坚信你所信。

第一图书网, tushu007.com

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