

<<大推销-成就直销高手>>

图书基本信息

书名：<<大推销-成就直销高手>>

13位ISBN编号：9787504457660

10位ISBN编号：7504457663

出版时间：2007-1

出版时间：中国商业

作者：赵兴平

页数：210

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>

<<大推销-成就直销高手>>

内容概要

推销不仅是未来分销领域发展的大趋势，更是一项发展潜力大，并且自主性强、风险低、成功机会多、前景好的事业。

在一万多个百万美元收入的美国家庭中，有80%都是从事推销事业或自营事业等自主性事业的。

《大推销：成就直销高手》介绍了推销心理学的产生和发展过程，具有实用性、适应性的特点，通过理论描述与大量的案例分析，使学习者能够掌握；推销过程中的如何寻找客户和说服客户这个环节；顾客的个性心理特征以及顾客购买行为的心理活动过程；推销活动与顾客的心理关系。

身为一名推销或者直销从业人员，你是在与他人分享产品，是助人，不必害怕遭到拒绝，更不必觉得矮人一截。

许多人都有梦想，然而只有少数人能够实现梦想，因为只有少数人勇于实现他们的梦想。

加油，下一个百万富翁一定是你！

<<大推销-成就直销高手>>

书籍目录

上篇：如何寻找客户你的客户在哪里？——24种寻找客户的方法寻找客户是关键他在这里方法一：建立分类卡片——掌握客户最新动向案例：“卖武器”的启示方法二：重复销售法——使之成为长期客户案例：推销大师被反推销方法三：从竞争对手处寻找顾客法案例：弗兰克推销法方法四：同行寻找法——利益一致客户也就一致案例：木村的想法方法五：对口行业助手寻找法案例：乔的好助手方法六：朋友变客户——顺其自然交往案例：迪克与拉利方法七：亲朋好友介绍法——扩大亲朋好友圈案例1：咖啡屋里的转机案例2：15分钟完成的25万美元生意他被吸引方法一：利用产品寻找顾客——让产品吸引客户案例1：一言不发的推销员案例2：小周的现场演示方法二：“先尝后买”寻找法——免费能激发潜在客户案例1：火车上赠送茶叶案例2：免费试用的化妆品方法三：张贴海报寻找法——文字视觉的力量案例：比尔的海报方法四：公益寻找法——活动公益性的能量案例：寻找尿床儿童方法五：展示寻找法——获取公众数据案例：抓住每一位前来展示会场的顾客方法六：网络寻找法——时尚的资源案例：玲玲的店他在哪里方法一：市场调查法——减少盲目性案例：广阔的市场方法二：普访法——家家户户皆有可能是客户案例：我不再怕被拒绝了方法三：慧眼观察法——偶然性的客户案例1：十字路口的红灯案例2：农场主的威胁方法四：求职寻找法——巧妙接近目标市场案例：小李的计谋方法五：有奖问卷寻找法案例：星期六的大街方法六：电话寻找法——接近客户的突破口案例1：原一平的预约电话案例2：德克与米勒的电话互动寻找方法一：家庭聚会寻找法案例：受人欢迎的布料方法二：开办讲座寻找法案例：元旦的讲座方法三：喜庆填单寻找法案例：小林的毕业典礼会方法四：广发邀请函寻找法案例：老王夫好的婚纱照方法五：联谊会寻找法案例：老干部们下篇：如何说服客户如何打动你的客户？——32种说服客户的技巧说服客户是艺术巧舌如簧篇方法一：声东击西——消除对方的心理防线案例：最能够打动人的语言方法二：投石问路——利用想像力来激发客户的危机感案例：为你的孩子设想一下未来方法

<<大推销-成就直销高手>>

编辑推荐

推销不仅是未来分销领域发展的大趋势，更是一项发展潜力大，并且自主性强、风险低、成功机会多、前景好的事业。

在一万多个百万美元收入的美国家庭中，有80%都是从事推销事业或自营事业等自主性事业的。

本书介绍了推销心理学的产生和发展过程，具有实用性、适应性的特点，通过理论描述与大量的案例分析，使学习者能够掌握。

推销过程中的如何寻找客户和说服客户这个环节； 顾客的个性心理特征以及顾客购买行为的心理活动过程。

推销活动与顾客的心理关系。

身为一名推销或者直销从业人员，你是在与他人分享产品，是助人，不必害怕遭到拒绝，更不必觉得矮人一截。

许多少人勇于实现他们的梦想。

加油，下一个百万富翁一定是你！

<<大推销-成就直销高手>>

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>