

<<赢单高手>>

图书基本信息

书名：<<赢单高手>>

13位ISBN编号：9787505730908

10位ISBN编号：7505730908

出版时间：2012-11

出版时间：中国友谊出版公司

作者：陈玲

页数：282

字数：300000

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>

## 前言

我为什么要写这本书这几年来，我一直在做商业培训顾问的工作：为国际和国内著名公司的员工们讲授销售、管理和顾客服务等方面的知识和技巧，其中讲得最多的是销售和管理。

在销售培训的课堂上，我经常被当做口袋里揣着锦囊妙计的“诸葛军师”，面对各种各样的提问：“顾客拒绝见我怎么办？

”“顾客毫无道理地向我发脾气怎么办？

”“我看中的一个大客户是竞争对手的忠实顾客，我怎么才能争取过来？

”“我明知顾客买的东西对他不合适，但劝他不买我就没生意，这怎么办？

”……这是十分有趣的过程。

我和学员们一起，通过问与反问，通过公开的或小组的讨论，通过案例分析，通过角色演习，甚至通过做游戏，解开了一个又一个死结。

我甚至还和他们一起去拜访顾客，观察他们的销售，和他们一起分析，从而得到不少启发。

销售既是一门科学，也是一门艺术。

销售作为科学，有其自身的规律。

而销售的艺术性则在于销售人员在销售过程中判断的准确、对应的得当以及对时机的把握。

销售的成功有赖于销售人员遵循其规律，结合其艺术。

这就是为什么我要依循销售拜访的过程来系统地介绍有关销售的专业知识和技巧，并将每一个问题在探讨前先提出来，并在探讨后做出结论，以使这本书具有系统性、专业性以及理论与实践结合的实用性。

但我写这本书，不仅是想告诉读者在碰到A问题时如何操练B步骤，也希望其中的故事和案例能传达一些为人处事的基本道理。

因为做销售不仅是在实践某种理论，更是在学习做人。

我们常常听销售人员说，要将产品和服务销售出去，首先是要把你自己的推销出去，首先要学会如何为人处事，如何被人们接受。

而学做人和与人相处的方法，更多的是要用心去领悟，不是通过机械的练习学会。

更有意思的是，在课堂上，我越来越多地发现，在面对难题和解决问题的坎节上，那些步骤一、二、三，方法A、B、C，有时只是有限的辅助工具。

其实我们用来克服困难、逾越障碍的方法中，有80%是常识，包含着规律性和人际关系处理艺术的常识——即使那些专业的方法，往往也是常识的细化和专业化。

而我们的失败，经常并不是由于我们力所不及或缺乏知识和智慧，而是我们自己阻碍了自己。

我相信，很多的智慧和方法就包含在司空见惯的常识中，隐藏在我们每个人的潜能里。

我们经常会发现智商很高的人也会被小小的难题弄得束手无策，但旁人却觉得这哪有那么难解决。

这说明，有时我们要摆脱困境，需要的并不是更多的知识和方法、更高的智商和能力，而只是被激发。

所以说，这本书只着力于拆解专业销售技巧的基本动作要领，书中案例所涉及的销售情形、所提供的拆解方法和技巧是无论从事任何产品、针对任何客户类型做销售的销售人员都应该掌握的销售基本功。

没有这些基本功的建设，任何销售思路和规律都无法变成有效的、可落地的引领客户走向成功购买的行为。

多少次我在培训经费充裕的著名国际国内大公司发现，销售人员在学过各种销售方法之后被拉上场进行基础动作展开时，连开场白、提问、介绍产品、销售跟进这些最基础的销售动作都不知道如何施展，更谈不上有效施展。

而在缺乏培训经费的企业，销售人员缺乏销售技能的培训，凭借多年摸爬滚打不断积累经验教训，“死伤”无数，市面上的销售书籍几乎帮不上他们什么忙。

数以万计的人次、数以百计的优秀企业的销售培训经历向我揭示了一个真相：销售人员首先必须花百分之百的力气来蹲好马步。

<<赢单高手>>

我在每一次的销售培训课上都会重复我的老生常谈：If you are not selling products, you must be selling something else.（如果你不是在销售产品的話，那你肯定得销售別的东西。

）这句话绝不夸张。

我们身在一个靠销售产品、销售能力、销售价值来相互依存的社会。

如果你没有任何东西值得你去向你的客户、你的上司、你的同事、你的属下“推销”，那就意味着你失去了靠能力来生存的价值。

而如果你有这样的价值，却因为缺乏“推销的艺术”而不能得到与他人的相互借力，那和缺乏价值的结果没有什么不同。

我感谢不仅督促我出版此书，还把我們共同认知的销售理念和方法写成文字的搭档卜劲松。

我和他共同研究销售方法的过程也是我不断被他深刻的实证精神和严谨的研究态度感动的过程。

我记得有一次他的家人在不知情的情况下将他实地跟踪销售的记录当做废纸扔到了垃圾箱，他为了找回这些宝贵的现场记录，连翻了几个垃圾站，直到找回这些资料为止。

我不知道中国还有几个人能像他一样在变幻莫测的商场上如此执着地钻研销售方法。

这本书的出版有他的特殊贡献。

同时，汇灵嘉诺团队的其他主力们的共同销售和咨询实践也丰富了这本书的内容。

大家和我一起共同经历的销售难题，已经变成了我们能够贡献给读者的精神食粮，这是我们从事这个职业最快乐的事情。

希望这本书能够给更多的读者带来启悟，能使更多的读者被激发。

## <<赢单高手>>

### 内容概要

世界名企争相引进的顶尖销售课程，让你的业绩从0到千万的成交秘籍。

《赢单高手》是作者多年为国际国内数百家顶级著名企业销售实战拜访、培训的丰富经验的实录，里面的销售案例全部来自于作者陈玲的销售团队、培训团队、学员们的实战经验，并对之精解细析，把理论融于实际，这些都是最实用的、最行之有效的、顶级高手也必不可少的销售技能。

书中所列的57个销售课题回答了克服销售环节的各个阶段会出现的障碍的各种实用方法、技巧和思路。

书中用了许多看上去似乎发生在身边的故事，来诠释销售过程中如何利用各种因素来控制客户的购买决策，并揭示其中的人性规律，及更多销售赢单的基本法则和驾驭法则的技巧。

## 作者简介

陈玲，现任汇灵嘉诺企业管理顾问有限公司（Creative Learning）首席顾问。毕业于北京外国语学院，留学于英国牛津大学和伦敦经济学院（LSE）。曾为新华社记者。

近15年来为上百家国际和国内著名公司担任商业管理、销售等培训课程讲师。

服务过的主要客户：ABB、施耐德、西门子、飞利浦、诺基亚、爱立信、GE、思科、雀巢、微软、谷歌、ASB、惠普、戴尔、TCL、联想、北大方正、中国移动、中国电信、中化国际、中国电力、南方电网、壳牌、辉瑞制药、中美史克、拜耳、香格里拉酒店集团.....

她所创建的汇灵嘉诺独创的管理和销售模拟版权课程--洗牌高手（Game Master）、BAL（Becoming A Leader）、Coaching for Best，被著名国际和国内企业采用。

## &lt;&lt;赢单高手&gt;&gt;

## 书籍目录

## 序言

## 本书使用说明

## 第一章 告诉对方，你的赢符合TA的利益

- 1.总想着击败对方，你赢不了
- 2.别错把公平当双赢
- 3.冲着对方说“我赢了”，你就输了
- 4.想赢就请把脚穿进TA的鞋子里
- 5.只靠善良解决不了难题
- 6.把你的主张销售给对方
- 7.对不讲理的客户，如何把事办妥又不失面子
- 8.把难题变成问题，然后回答它们
- 9.吃下食物，吐出诱饵
- 10.双赢，是强者和强者才玩得起来的游戏

## 第二章 使出各种绝招，让对方接受你

- 1.练习攻球，让自己进球
- 2.其实没有绝招，只有概率
- 3.细节就是一切
- 4.好印象，好钱途，要靠“包装”
- 5.无论如何，用守约证明信誉
- 6.用你的阳光快乐去吸引TA
- 7.用对肢体语言--拜访的奥秘
- 8.幽默比讨好更有效
- 9.别用愚蠢的话题把自己堵进死胡同
- 10.能适应不同性格的客户，你就专业了
- 11.别指望所有人都和你投缘
- 12.生拉硬扯强推销只能赶跑客户
- 13.永远在想，如何解决自己内心的问题

## 第三章 说话，真不是可以开玩笑的

- 1.为什么你面对的都是“冰山”
- 2.沟通的最大障碍是自己
- 3.为什么有时候越对话，误解会越深？

## 4.提问的妙用你要知道

- 5.你早应知道该问什么
- 6.提问，比什么都好
- 7.争执还是合作，全在你的舌头
- 8.仅靠交谈是不够的
- 9.巧舌如簧还是洗耳恭听？

## 10.选好谈话空间，别让自己矮三分

- 11.客户要求不等于客户需求
- 12.踩稳“基石”再过河

## 第四章 影响TA，你就成功了

- 1.TA寻找的是服务，不是低价
- 2.说了半天，你恐怕是对牛弹琴

<<赢单高手>>

- 3.做TA的顾问，而不是解说员
- 4.价值两元的咖啡，为什么TA愿付80元？

- 5.让甲接受，也使乙认同
- 6.让TA兑现口头承诺
- 7.总有一天请客吃饭不再灵验
- 8.说实话，还是说合适的真话？

- 9.闯过“拒绝”和“异议”的红灯
- 10.从此，别再说“请给我机会”
- 11.当你因他人的过错而变成“孙子”时
- 12.让客户看到商品的价值，再报价
- 13.以“私交”为矛，以“公事公办”为盾
- 14.当TA犹豫不决时，就帮TA下决心

第五章 谋定而后动，靠策划赢得成功

- 1.寻找你的MAN，先要保证方向正确
- 2.如果你的业绩指标是100万
- 3.谋事在人，销售预测要做好
- 4.疏通你的管道，你才能成功
- 5.面对事实，而不是陷入想象
- 6.别让煮熟的鸭子飞了
- 7.你卖的不是产品，是优势
- 8.80%的订单来自20%的客户

后记

销售的理论与技能

## 章节摘录

版权页：为什么你面对的都是“冰山”有些客户当面客客气气，但却并不真心和你做生意；有些客户你和他谈了半天，却并不知道他是否道出实情；还有些客户总是用“再考虑考虑”这样的托词把你罩在云里雾里。

客户到底是怎么想的？

怎样才能了解客户的真实想法？

这是销售人员迫切想知道的。

春节放假过后回到办公室的第一天，老黄一脸得意地和大家谈起他的春节假期：“老婆在美国没回来，我带丽丽去了广州，还去海南岛玩了一个礼拜，真的是很棒。

这才叫享受生活...老黄话还没说完，他桌子上的电话铃响了，他打住话头接电话，这个话题就没再谈下去。

午休休息的时候，新来不久的秘书小张和我一起上卫生间时悄悄问我：“老黄是不是很风流，也很有钱？”

”问得我有些发愣。

“你为什么会这么想？”

”我好奇地反问她的。

“咦？”

他不是和大伙儿说，他老婆不在，他和另一个女人一起去海南岛玩了一圈吗？

他没钱怎么可能去海南岛享受一番？

那个叫丽丽的女人不是他的婚外情人吗？

”我笑得合不拢嘴。

“没错，丽丽是个女的，是老黄的‘小情人’，但不是婚外情人，而是老黄的女儿，今年9岁。

老黄父母在广州，有个姐姐在海南岛做房地产生意，自己有一个别墅，当然比老黄有钱得多了，说不定路费都是他姐姐给他掏的呢。

”很奇怪吗？

关于老黄的问题，秘书小张不去问老黄，倒来问我，为什么呢？

其实一点都不奇怪，对吧？

谁都会告诉你，这种问题怎么可以问呢！

除非他神经不正常，或者是个二百五，否则有关一个自己不熟悉的人的私生活的事，怎么张得开口问他自己本人呢？

我们再从秘书小张的角度来看看这个故事：当老黄在谈他的春节假期的时候，小张心里在悄悄感到好奇。

或者说，她根据自己的价值观，心里已经把老黄定性为花花公子了。

但她嘴上却是不会说出来的，没有必要啊，老黄级别比她高，又是同事，她没必要说出自己的想法，让老黄不高兴啊。

在现实中这类的事情多得举不胜举。

人心里想的和表面上表现出来的很可能是不一致的，而且所有的人都并不认为这种不一致有什么不正常。

没有一个人会把心里想的全部都表现出来，尤其是当自己的想法说出来后会影响到与他人的关系。

## 后记

听说我和陈玲合作，业界内了解我又同时了解陈玲的人都不约而同地预言：“他们的合作长不了，就凭他们俩的个性，过不了多久就会以争论不休而告终。”

”别人的预言对了前半，我们的合作确实是在争论中起步的。

但别人没有预言到的另一半是，我们的合作也是在争论中展开和深入的。

而我们争论的第一个焦点就是对销售技巧的认识。

……对基本销售技巧不过关的销售人员和销售队伍来说，我最诚恳地建议是：暂时忘掉高深而时髦的理论，埋头于反反复复地从“练习场”到“实战场”的练习和实践，这才是销售提高能力的必由之路。

### 媒体关注与评论

做了二十五年的销售，我对销售培训有一定的期望值，我承认我对没有销售经验的培训师有一定的偏见，陈玲是一个例外，在多次与她交谈的过程中，我觉得她对销售的挑战有很深刻的了解，这本书内容包括了很多销售会面对的考验，对年轻的销售来说绝对是一本很好的参考书，就是有经验的销售，这本书也能起一定提醒的作用。

——前思科全球副总裁、大中华区副董事长 林正刚 销售价值与客户维持双赢，也是我一直以来坚守的商业行为准则。

正如陈玲在这本书中所提到的，如果你一心想要“战胜”客户，事情可能会朝着你预期的反方向发展。

这本书并没有重复罗列各种各样的价格谈判技巧，而是通过一个个真实详尽的案例，来告诉大家如何根据人们的感情和理性的反应规律，来达到让对方赢自己也赢的双赢之道。

——微软全球资深副总裁 张亚勤 博士

<<赢单高手>>

编辑推荐

《赢单高手:让你的业绩从0到千万》编辑推荐：世界名企争相引进的高效能销售培训课——苹果、微软、惠普、西门子、诺基亚、联想、谷歌争相引进！

商场大佬都使用过的最彪悍人生推销术——马云、李开复、潘石屹、唐骏、柳传志、李宁追捧学习！  
随书附赠销售实战沙盘光盘，30分钟领悟金牌销售秘技！

谈判的成功，85%在于前期的引领，15%在于谈判桌上的技巧运用。

销售人员最要争取的是与客户面谈的机会。

是否用目光和微笑关注到你的客户，是让对方对自己产生好感的杀手锏。

做销售不仅是在实践某种理论，而是在学习做人。

用什么办法了解客户的现实情况和态度，是我们制定应对策略前必不能错过的第一步。

如果你不能提供客户需要的服务或产品，你没有资格玩强者的游戏。

<<赢单高手>>

名人推荐

做了二十五年的销售，我对销售培训有一定的期望值，我承认我对没有销售经验的培训师有一定的偏见，陈玲是一个例外，在多次与她交谈的过程中，我觉得她对销售的挑战有很深刻的了解，这本书内容包括了很多销售会面对的考验，对年轻的销售来说绝对是一本很好的参考书，就是有经验的销售，这本书也能起一定提醒的作用。

——前思科全球副总裁、大中华区副董事长 林正刚 销售价值与客户维持双赢，也是我一直以来坚守的商业行为准则。

正如陈玲在这本书中所提到的，如果你一心想要“战胜”客户，事情可能会朝着你预期的反方向发展。

这本书并没有重复罗列各种各样的价格谈判技巧，而是通过一个个真实详尽的案例，来告诉大家如何根据人们的感情和理性的反应规律，来达到让对方赢自己也赢的双赢之道。

——微软全球资深副总裁 张亚勤 博士

#### 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>