

<<用脑抢订单>>

图书基本信息

书名：<<用脑抢订单>>

13位ISBN编号：9787505876095

10位ISBN编号：7505876090

出版时间：2009-1

出版时间：康俊萌 经济科学出版社 (2009-01出版)

作者：康俊萌

页数：280

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>

<<用脑抢订单>>

前言

可以说销售人员是世界上最忙碌的一群人。

他们不分寒暑穿梭于熙熙攘攘的人流中，周而复始地重复着联系客户、拜访客户、拿到订单的过程，他们为了心中的梦想满怀希望地去寻找客户却又遭遇拒绝铩羽而归。

这样状态带给销售人员的是巨大的心理压力和生活压力。

订单是销售人员的生命。

但是被繁重的订单任务折磨得死去活来之后，很多销售人员一提到订单就会头皮发麻。

对于销售人员，能否获得领导的赏识、得到晋升很大程度上取决于订单的数量和质量。

其实，赢得客户订单并不难，难就难在你能否抓住销售过程中的每一个细节，每一处技巧，并将其付诸实践。

销售工作是一个充满挑战又蕴含着艰辛的职业，是一个依靠个人智慧与交际能力竞争的职业。

但这决不意味着在销售领域中你很容易成为佼佼者，如果你忽视了客户的需求，如果你在销售陈述中表现得不够专业，如果你不能让你的客户喜欢你、对你满意，就不要想订单的事儿了。

<<用脑抢订单>>

内容概要

《用脑抢订单：多快好省拿订单》就是为在工作中停滞不前、渴望有进一步提升的销售人员和初入销售行业、不知如何拓展自己业务的新手们量身打造。教你面对不同的客户该采取怎样的对策，如何完美地处理客户异议等，最终赢得客户的信任，多快好省拿订单。

我国至少有6500万销售人员在奔波劳碌，你是否想成为其中的精英人物?要成为销售精英，仅仅靠热情远远不够，你要具备全面、出众的个人素质；高超的与人沟通的能力、自我控制的能力；精准的判断能力和超乎常人的应变能力。

<<用脑抢订单>>

书籍目录

第1章 态度决定一切——培养积极健康的工作态度1.1 自我激励，保持积极的工作状态1.2 敢想敢做1.3 自我提升小测试：测试你的态度是否有利于你的成功第2章 习惯决定性格，性格决定一切——营销者应具备的素质和性格特征2.1 销售人员首先要学会推销自己2.2 耐心是最重要的品质2.3 充满热情2.4 以自信感染别人2.5 有拒绝就有机会，坦然承受挫折第3章 能者创造机遇，强者把握机遇，智者争取机遇——如何寻找、挖掘客户资源3.1 准客户的MAN原则3.2 通过现有客户开发新客户3.3 多种媒介寻求客户3.4 要考虑到客户的客户补充材料：关注竞争对手的客户第4章 知彼知己，胜乃不殆——实施销售前的准备4.1 搜集客户信息，建立客户资料数据库4.2 专业销售，获取订单补充材料：客户为什么选择你第5章 先胜而后战——发掘客户需求，创造成功条件5.1 客户购买源于需求5.2 需求的层次5.3 发觉客户的需求5.4 创造客户购买欲望补充材料：销售的十个步骤第6章 成功=正确的方法+艰苦劳动+少说空话——第一次约会的方法与技巧6.1 成功约见七步走6.2 成功约见客户的六个技巧6.3 寻找正确的购买决策者6.4 打电话时说什么第7章 酒桶常留着第一次装酒时的味道——建立良好的第一印象7.1 良好的外表7.2 正确的身体语言7.3 轻松的开场白第8章 不学礼，无以立——与客户接触应有的礼仪8.1 餐桌上的风度8.2 正确使用名片8.3 见面、握手、打电话、吸烟、馈赠的礼节补充材料：成功的销售人员应该具备的20个好习惯第9章 三寸之舌能驱使五尺之躯——销售人员应该会说的几种话9.1 赞美性的语言9.2 专业性的语言9.3 妙语连珠9.4 推销的艺术补充材料：销售谈判技巧——听和问的要诀第10章 千里之堤，溃于蚁穴——注意细节，赢得订单10.1 小事成就大事，细节成就完美10.2 销售人员最易忽略的细节10.3 将注意细节变成习惯第11章 诉说是一种天性，倾听是一种教养——与客户面对应该倾听大于指导11.1 巧妙的聆听态度助你成功11.2 如何正确地“倾听”客11.3 麦肯锡的客户倾听走访法则第12章 善战者，致人而不致于人——把握主动权，提高销售陈述技巧12.1 什么是销售陈述12.2 提高你的陈述技巧12.3 FAB模式的常见错误12.4 产品演示的妙处第13章 最后的结果确定工作的成败——实现更多销售，轻松成交13.1 成交的合适时机13.2 促成交易的方法13.3 成交法的常见错误补充材料：销售会议——把握与潜在客户的销售机会第14章 不同的脚穿不同的鞋——采取心理战术，与客户一致14.1 根据客户行为类型调整自身行为14.2 根据客户性格特点创造销售机会14.3 根据客户职业特征选择销售方式第15章 拒绝不是反对，是一种反应——巧妙应对客户异议15.1 什么是客户异议15.2 正确处理客户异议的原则和步骤15.3 处理客户异议的技巧第16章 成功离你并不远16.1 合理安排时间16.2 缓解工作压力参考文献

<<用脑抢订单>>

章节摘录

有一家效益相当好的大公司，决定进一步扩大经营规模，高薪招聘营销主管。广告一打出来，报名者云集。

面对众多应聘者，招聘工作的负责人说：“相马不如赛马。为了能选拔出高素质的营销人员，我们出一道实践性的试题：就是想办法把木梳尽量多地卖给和尚。”绝大多数应聘者感到困惑不解，甚至愤怒：出家人剃度为僧，要木梳有何用？

岂不是神经错乱，拿人开涮？

过一会儿，应聘者接连拂袖而去，几乎散尽。

最后只剩下三个应聘者：小尹、小石和小钱。

负责人对剩下的这三个应聘者交待：“以10日为限，届时请各位将销售成果向我汇报。”

10日期到。

负责人问小尹：“卖出多少？”

答：“一把。”

“怎么卖的？”

小尹讲述了历尽的辛苦，以及受到众和尚的指责和追打的委屈。

好在下山途中遇到一个小和尚一边晒太阳，一边使劲挠着又脏又厚的头皮。

小尹灵机一动，赶忙递上了木梳，小和尚用后满心欢喜，于是买下一把。

负责人又问小石：“卖出多少？”

答：“10把。”

“怎么卖的？”

小石说他去了一座名山古寺。

由于山高风大，进香者的头发都被吹乱了。

小石找到了寺院的住持说：“蓬头垢面是对佛的不敬。”

应在每座庙的香案前放把木梳，供善男信女梳理鬓发。”

住持采纳了小石的建议。

那山共有10座庙，于是买下了10把木梳。

负责人又问小钱：“卖出多少？”

答：“1000把。”

负责人惊问：“怎么卖的？”

小钱说他到一个颇具盛名、香火极旺的深山宝刹，朝圣者如云，施主络绎不绝。

小钱对住持说：“凡来进香朝拜者，多有一颗虔诚之心，宝刹应有所回赠，以做纪念，保佑其平安吉祥，鼓励其多做善事。”

我有一批木梳，你道法超群，可先刻上‘积善梳’三个字，然后便可做赠品。”

住持大喜，立即买下1000把木梳，并请小钱小住几天，共同出席了首次赠送“积善梳”的仪式。

得到“积善梳”的施主与香客，很是高兴，一传十，十传百，朝圣者更多，香火也更旺。

<<用脑抢订单>>

编辑推荐

订单是销售人员的一切，巧拿订单，需要智勇双全。

《用脑抢订单:多快好省拿订单》从销售准备时间、销售实施过程到销售成交阶段，对你进行全方位包装，提高你的业绩，教你如何修炼成销售大师!销售技巧和能力的培养需要经过反复实践，我们提供了更多的方法、更多的实例，让你轻松掌握销售技巧，你想更轻松省力的拿到订单吗？

你想知道你的销售过程中有一些不必要的步骤吗？

当你准备与大客户打交道时，你知道应该如何入手吗？

《用脑抢订单:多快好省拿订单》为你解析！

身为销售员，你必须清楚地知道你的销售目标、销售人群，了解你所销售的产品，你的客户，分析当前的销售进程和即将开展的销售策略.....。

销售是一项用脑的工作，只有掌握全局，才能更快更好地拿到更多订单。

从现在开始，训练自己吧！

你也能成为销售能手！

<<用脑抢订单>>

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>