

<<顶尖推销术>>

图书基本信息

书名：<<顶尖推销术>>

13位ISBN编号：9787506469647

10位ISBN编号：7506469642

出版时间：2011-1

出版时间：中国纺织出版社

作者：肖胜萍 编

页数：320

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>

<<顶尖推销术>>

前言

这是一个推销的时代。

我们几乎没有一天不在推销，只是推销的目的各不相同罢了，有的人是在推销有形的商品，有的人是在推销无形的服务，有的人是在推销新奇的创意和策划，有些人则是在推销自己……可以这么说，只要存在竞争，并且需要将“产品”推向市场，就需要推销。

今天的推销人员，和以往在街头叫卖的游商小贩迥然不同，和那些闯入民居强买强卖的“推销者”也不可同日而语。

今天的推销员，不仅在生产厂商和消费者之间起着沟通者的作用，为买卖双方作出了很大的贡献，并且对整个经济的发展也有着不可磨灭的功绩。

专业推销员不仅是备受敬重的一种工作，也是当今最时髦、最受欢迎的职业之一。

每年都有成千上万的人投入推销行列，每年都有许多优秀推销员晋升为高层管理者。

在美国就曾经以“你希望和从事什么职业的人缔结良缘”为题，征询适婚女性的意见，结果荣登榜首的就是推销员，可见推销工作令人倾慕的程度。

然而，做一个成功的推销员并非易事。

它要求推销员除了必须具有高超的应变能力之外，还要熟练各种推销技巧。

一个推销员要创造高人一等的业绩与丰厚的收入，其惟一的秘诀就是：训练、再训练、不断地训练。

因为推销员最可贵的是要不断演练、检讨、改进，熟能生巧之后才能称其为“术”。

正如我们虽然可以从书本上学到百米赛跑、撑竿跳高、打保龄球以及各式游泳的方法要领，如果没有亲自去体验、练习、训练，仍然是纸上谈兵，无济于事。

无论我们所推销的是什么，都会深深感到推销工作的变化无穷，而且具有高度的领先性。

一位顾客激赏不已的推销方法，可能是另一位顾客极力排斥的原因；成功促成一位顾客购买的推销技巧，不见得就能顺利打动其他顾客的心。

这就需要推销工作者的头脑必须敏捷清醒，视推销对象和场所的不同，随机应变，而且要恰到好处。

<<顶尖推销术>>

内容概要

《顶尖推销术（第2版）》重点除了当代推销的理念与原理，以及独到精辟的剖析之外，同时辅以颇富启发性的推销实务与案例，是理论与实践兼顾的一本推销技巧范本。

<<顶尖推销术>>

书籍目录

第一章 不打无准备之仗确切地说，推销高手是在制作一出戏，目的只有一个：当幕布合上时，自己是舞台上接受如潮掌声的人。

这种剧目演出的舞台可能是某个专门场地，也可能是走唱式的。

不管是什么舞台，推销员一定都要事先作好精心的准备，才能得到想要的结果。

选对池塘钓大鱼了解区域内行业状况了解区域内客户对商品的使用状况要做行家。

不做门外汉精通商品知识把握诉求要点制订推销计划计划的制订与原则计划表把自己推销给客户你的穿着打扮有“礼”走遍天下出门前先检查自己的“装备”检查的15项内容让检查成为习惯第二章 如何

接近你的推销对象爱她，首先要接近她——这是恋爱法则中的第一条。

其中的道理虽简单，但何时、何地、用何种方式去接近，却是讲究颇多。

对于推销员来说，接近推销对象的难度，丝毫不亚于一场马拉松恋爱中的追逐，需要无比的精心、苦心与耐心。

你的一万推销大军直接邮件对谁都有效每个人都在做推销信宣传小册子、折价券与电子邮件如何回应准客户的来函你的飞行计划千里“姻缘”一线牵电话预约三部曲电话预约的问题说话的艺术很重要注意自己的音质让客户有亲切感透过电话“看见”对方不愉快的沉默预约日期怎么定清除对立，化解拒绝直接登门拜访克服怯场心理选好拜访时间坚持“扫楼”原则用笑容铺平道路用赞美架通桥梁记住并说出对方的名字注意客户的情绪引起客户注意的方法不同对象的访问方法全面评价准客户第三章 面谈的技巧推销的过程。

一环扣一环，而面谈是其中重要、困难与微妙的一环。

在面谈的过程中，客户“买”与“不买”已到了决定时刻。

一个专业的推销高手，能通过面谈将客户的“不买”改变成为“买”；而一个蹩脚的推销员，只会令原本打算“买”的客户掉头而去。

语言口头语言肢体语言询问状况询问、问题询问与暗示询问开放式提问与封闭式提问不恰当的提问倾听积极倾听的原则培养积极倾听的方法商品说明找出客户最关心的利益点眼观四路，耳听八方养成JEB商品说明习惯将商品特性转换成利益成功的商品说明范例商品展示展示的含义展示说明的注意

点准备展示讲稿把握展示大方向通过证据说服客户展示讲稿范例样品有助于推销不同类型客户的应对方法以个性划分以年龄划分以职业划分不同商品的推销方法书籍玩具服装钟表办公设备家用电器……

第四章 成功跨域异议的河第五章 如何再访问曾拒绝你的客户第六章 如何使交易成功第七章 成交不是一夜激情第八章 推销的误区第九章 做一个专业推销高手

<<顶尖推销术>>

章节摘录

你是否有这样的经历，到百货公司去买电器产品时，同一产品总有三、四种不同的品牌价格不一样。

对一个还没有决定要买那一种产品的消费者而言，想要比较一些不同品牌的差别在哪里；应该是最基本的要求，但是几乎有半数的店员不能明确地回答这个问题，甚至有些店员对产品的使用方法完全不知道。

虽然某类型的产品如电子、电器，产品的更新速度非常快，用“太忙！

”、“公司教得不详细！

”……等理由去解释售货员不精通自己推销的产品，是不能成立的，可以说是失职。

任何工作都一样，想要精通自己的业务，就要靠自己努力去学习。

你精通专业知识不是替公司学习，而是为自己学习，因为你的工作是把你的商品知识传达给客户，协助客户解决问题。

因此，你必须刻意地、主动地从更广泛的角度，专精于你的商品知识。

怎样做行家，可以从两个方面着手：精通商品知识和把握诉求要点。

精通商品知识 对推销员来说，商品知识所涵盖的范围比较广泛，它包括推销一件商品所需要的各种知识。

推销员的商品知识懂得越多，工作起来就越有信心，在推销过程中也就越有主动权。

推销员需要掌握的商品知识主要包括下列10个方面。

1.商品名称 一位专业推销人员所负责推销的商品从几种到数十种，甚至会更多，这些商品的正式名称、普通名称、简称、俗称等都必须统统记住。

2.商品内容 必须熟知你所负责推销的商品，同时还必须了解与该商品有关的知识，这样才能回答客户所提出的各种问题。

以制造业为例，凡是商品的规格、型号、构造、成分、功能、用途、修理方法、保存方法、使用年限、有效安全期限以及注意事项等等都要牢记。

……

<<顶尖推销术>>

媒体关注与评论

顶尖的销售人员在进门的那一瞬间，就可分辨出来。

——汤姆·霍普斯金 我不是在推销一种产品，而是在推销一种感觉。

——乔·吉拉德 你唯一要销售的东西是想法，而那些也是所有人真正想买的东西。

——乔·甘道夫 只要你能帮助别人得到他们想要的，你就能得到一切你想要的。

——金克拉 销售前的奉承，不如销售后的服务，这是制造永久顾客的不二法门。

——松下幸之助 抬起头来，注意四周，向人们微笑，你就已经成功了。

——戴尔·卡耐基

<<顶尖推销术>>

编辑推荐

推销不只是靠能力，更重要的是方法。

<<顶尖推销术>>

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>