

<<每天一堂销售课>>

图书基本信息

书名：<<每天一堂销售课>>

13位ISBN编号：9787506491105

10位ISBN编号：7506491109

出版时间：2012-11

出版时间：中国纺织出版社

作者：王晨宇

页数：271

字数：332000

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>

<<每天一堂销售课>>

内容概要

本书是一部全方位的销售指导书，内容涵盖销售领域的各个方面，主要包括销售常识、能力素质、形象气质、销售礼仪、寻找客户、接近客户、促使成交、售后服务等方面。

本书既有理论指导，又有案例分析，在可读性、趣味性、实用性和操作性上，达到了一个全新的高度。

本书浓缩了众多销售精英的成功经验，并详细阐述了销售人员在销售过程中可能遇到的各种难题，有针对性地介绍了各种方法和技巧，采用一年365天、每天一堂销售课的形式将这些举足轻重的销售知识串联起来。

读者每天只需花费5分钟，就能让自己的销售能力得到全方位的系统训练与提升。

本书不仅适合销售新手、销售专业的在校学生阅读，还非常适合作为各大公司销售员工的培训教材。

另外，那些需要进阶的销售高手、培训师也能从书中得到多方面的支持和帮助。

<<每天一堂销售课>>

作者简介

王晨宇，男，70后畅销书作家，长期从事文字创作，致力于出版行业，对历史、人际交往等有着深入的研究。

他的作品，或视角独特，敏锐犀利，或循循善诱，实用可读性强，深受广大读者的喜爱和追捧。

<<每天一堂销售课>>

书籍目录

第一章 销售常识：从了解销售开始

- 1.销售是光荣而伟大的事业
- 2.销售工作是最锻炼人的工作
- 3.销售时刻都在发生
- 4.销售工作有哪些独特性
- 5.成功销售人员需要付出什么
- 6.职业销售人员该做什么
- 7.互利互惠式销售才能长期获利
- 8.满足顾客的需要是销售最重要的任务
- 9.销售的过程比结果更重要
- 10.销售定律之931现象
- 11.销售定律之海恩法则
- 12.销售定律之二八定律
- 13.销售定律之6+1缔结法则
- 14.销售定律之“猎犬计划”
- 15.销售定律之麦吉尔定理
- 16.销售定律之诚信法则
- 17.销售定律之阿尔巴德定理
- 18.销售定律之哈默定律
- 19.销售定律之FAB法则
- 20.销售定律之南风效应
- 21.营销学之父的10Ps理论
- 22.营销的根本目的是做市场
- 23.销售的不仅是商品，还有服务

第二章 能力素质：销售成功的保障

- 1.相信自己是最棒的
- 2.培养自信的几个诀窍
- 3.成功离不开勤劳
- 4.目标和欲望必不可少
- 5.获得成功需要坚持不懈
- 6.学会控制各种压力
- 7.信念，开启销售之路的探照灯
- 8.热情，内心的强大力量
- 9.积极，走向成功的动力
- 10.对前景充满乐观
- 11.有行动才有结果
- 12.明白责任的重要
- 13.善于倾听
- 14.情商比智商更重要
- 15.拥有解读他人的体态语的能力
- 16.拥有从脸部表情窥探客户心思的能力
- 17.拥有从走路姿态了解客户的性格的能力
- 18.性格决定命运
- 19.懂得赞美的艺术
- 20.诚信必不可少

<<每天一堂销售课>>

- 21.任何时候都能够镇定自若
 - 22.懂得吃亏是福的道理
 - 23.幽默是销售过程中的润滑剂
 - 24.宽容是难得的佳境
 - 25.知道如何利用好自己的时间
 - 26.善于从历练中自省成长
 - 27.懂得感恩
 - 28.懂得自我推销
 - 29.掌握必要的销售原则
 - 30.学习全套礼仪常识
 - 31.对市场要比对自己还熟悉
 - 32.会做市场调查
 - 33.惜时如金
 - 34.知识就是力量
 - 35.习惯做工作计划
 - 36.成为产品应用专家
 - 37.人无我有，人有我新
 - 38.能够随机应变
 - 39.寒暄是销售员的一种能力
 - 40.支持客户的反对意见
- 第三章 形象气质：给客户留下深刻的
第一印象
- 1.给客户留下深刻的第一印象
 - 2.保持温雅的微笑
 - 3.练就优雅的谈吐
 - 4.做一个“三气”销售人员
 - 5.塑造独特的个性魅力
 - 6.着装要遵循“TPO”原则
 - 7.内衣是人们最贴心的保护神
 - 8.服装颜色是一种抽象的语言
 - 9.领带是西装的灵魂
 - 10.不要让西装失去“风度”
 - 11.穿出套裙的魅力
 - 12.彰显销售人员魅力的鞋与裤
 - 13.选择适合自己的衬衫
 - 14.恰到好处的用香
 - 15.男销售人员需要修饰
 - 16.女性应懂得适宜地装扮自己
 - 17.化妆是一种礼貌
 - 18.打造仪容美
 - 19.让头发给客户留下庄重简约的印象
 - 20.手表，不可离身之物
 - 21.佩戴饰物有讲究
 - 22.佩戴项链也是一种艺术
 - 23.戴耳环也要恰到好处
 - 24.在形象上优化自己
 - 25.打造你的仪态美

<<每天一堂销售课>>

26.表现出优雅的手势

27.用仪态表现销售人员的文化素养

第四章 销售礼仪：知礼仪，懂进退

1.尊重是最起码的礼仪

2.迎来送往是最先呈现在客户面前的礼仪

3.销售礼仪之“不要”

4.握手把握好“尺度”

5.表示热烈感情的鼓掌礼

6.递接名片讲究“奉”与“恭”

7.恰当地作自我介绍

8.做好介绍人

9.称呼，销售的一个重要开端

10.记住客户的名字是一种尊敬

11.乘坐电梯时做到彬彬有礼

12.宴会的桌次与座次有讲究

13.行进中的位次十分重要

14.商务交往中走楼梯有讲究

15.拜访是一种艺术

16.敲门，拜访客户的首要礼仪

17.接待客户不能马虎

18.商务交往离不开电话礼仪

19.发传真时要注意

20.电子邮件不要随便发

21.请帖，表示隆重的简便邀请信

22.签约仪式

23.歌舞厅礼仪不能少

24.在酒吧表现得彬彬有礼

25.销售界无处不洽谈

26.喝咖啡的礼仪

27.请客户吃饭时需要注意礼仪

28.吃工作餐有讲究

29.使用筷子要注意

30.时刻注意自己的“吃相”

31.吃西餐不失礼

32.结账要有礼

33.送礼需要掌握礼仪

34.微笑也是一种礼仪

第五章 寻找客户：销售的生命线

1.到别人很少光顾的地方寻找客户

2.发现同类产品的缺陷，就能抓住大量客户

3.客户的多少和人脉密切相关

4.清晰认识你的人脉价值

5.将成功人士纳入自己的人脉

6.学会判断适合自己的贵人

7.扩展人脉要日积月累

8.让陌生人成为朋友

9.提前拜“冷庙”

<<每天一堂销售课>>

- 10.给别人一个面子就能增加一个朋友
 - 11.巧借乡情,如鱼得水
 - 12.老客户会带来更多的新客户
 - 13.通过亲朋好友发展新客户
 - 14.不要慢待新推荐来的客户
 - 15.利用满意客户群的宣传
 - 16.利用互联网开发客户
 - 17.寻找电话另一端的客户
 - 18.利用公开展览和展示找客户
 - 19.利用电子邮件找客户
 - 20.如何找到客户的联系方式
 - 21.利用相关机构找客户
 - 22.利用其他途径找客户
 - 23.随时随地找客户
 - 24.利用名人效应找客户
 - 25.利用投其所好吸引客户
 - 26.利用故事吸引顾客
 - 27.运用激将法将小客户变成大客户
 - 28.以孩子为切入点吸引顾客
 - 29.利用地毯式搜索法找客户
 - 30.放弃没有价值的客户
 - 31.寻找合格的客户
 - 32.找到订单决策者
- 第六章 接近客户:获得销售的机会
- 1.接近客户的主要任务
 - 2.接近客户前要做到知彼
 - 3.接近客户前要充分了解产品
 - 4.接近客户前做好拜访计划
 - 5.接近客户前做好预约
 - 6.电话预约
 - 7.信函预约
 - 8.委托预约
 - 9.不要把时间浪费在无为的等待上
 - 10.把“守门人”变成“开门人”
 - 11.在恰当的时间访问
 - 12.从客户关心的问题入手
 - 13.接近客户要循序渐进
 - 14.在参与中逐渐接受
 - 15.以他人推荐的方式接近顾客
 - 16.接近时第一印象至关重要
 - 17.不要指望第一次接近就成功
 - 18.找一个理由再一次接近
 - 19.不可不知的接近策略
 - 20.不可不知的接近方法
 - 21.面对富有理性的客户时
 - 22.接近客户时要设身处地为顾客着想
 - 23.接近客户时不分大小

<<每天一堂销售课>>

- 24.接近客户时找到客户的抗拒点
- 25.接近客户时尽快找到共同点
- 26.隐式设问式接近术
- 27.接触客户时不要忘了互补性
- 28.用赞美敲开客户的心房
- 29.巧语抓住客户的心
- 30.让客户知道自己接近的目的
- 31.接近客户从心理入手
- 32.接近客户时学会逗客户开心
- 33.接近客户时做好记录
- 34.委婉一点

第七章 销售陈述：注入感情，打动人心

- 1.给客户一个亲吻
- 2.在销售陈述中提到推荐人
- 3.在理想的场合进行销售陈述
- 4.摸清客户需求
- 5.引导需求，无往不胜
- 6.四种有效的开场白
- 7.用诚恳的态度引导客户
- 8.打开顾客的话匣子
- 9.销售陈述被打断怎么办
- 10.有效地进行产品介绍
- 11.产品展示时的原则和注意点
- 12.产品展示之演示法
- 13.产品展示之FABE法
- 14.卖烤牛排时的“滋滋”声
- 15.报价有技巧
- 16.充分展示产品的价值之后再报价
- 17.“价”驭产品
- 18.淡化高价
- 19.报价不要唐突
- 20.从客户感兴趣的话题入手
- 21.在语言上首先肯定对方
- 22.与顾客说话的四项原则
- 23.怎么说话客户才不反感
- 24.客户说“我要考虑考虑”时你说什么
- 25.客户说“没钱”时你说什么
- 26.客户说“过段时间再买”时你说什么
- 27.客户说“以前用过，但不好用”时你说什么
- 28.客户说“不想更换新产品”时你说什么
- 29.广告助你一臂之力
- 30.爱情对虾
- 31.提炼卖点，增加产品的吸引力
- 32.几种客户都关注的独特优势
- 33.5000人争购圆珠笔的壮观场面
- 34.销售陈述时，如何对待竞争对手
- 35.销售陈述也要注意超限效应

<<每天一堂销售课>>

36.处理异议之避开策略

37.当客户不予考虑时

38.将异议重新措辞为问题

39.处理异议之拖延策略

40.处理异议之说服策略

41.处理异议，态度第一

第八章 销售心理学：销售就是要搞定人

1.顾客最看重的东西

2.电话忙请稍后再拨

3.借助他人的名望

4.巧用移情效应

5.好感来源于相似

6.空间距离越短，越容易成功

7.见面时间长不如见面次数多

8.比对方早到交涉场所

9.巧用角色置换

10.加一个还是加两个鸡蛋

11.调动顾客的兴趣

12.为顾客设置好诱饵

13.“认知对比”能教我们些什么

14.满足不同客户的心理需求

15.善于在顾客面前“示弱”

16.利用人的思维惯性，影响客户

17.了解并满足对方的需要

18.人际吸引的增减原则

19.先得寸再进尺

20.怎么说话比说什么话更重要

21.结尾的艺术——近因效应

22.让自己的意图以戏剧性的方式表现出来

23.永远别指出客户是错的

24.巧用短缺原理

25.有点小毛病比完美更受欢迎

26.当客户心不在焉时，不妨突然沉默

27.让合适的第三方为你做广告

28.使客户以为这是他的意念

29.让顾客主动“偷”产品

30.1美元和99美分的区别

31.人情送到底，送佛送到西

32.每一个顾客都有讨喜心理

33.心理暗示力量大

34.利用会晤场所的优势

35.和顾客拉拉家常

第九章 促使成交：让销售画上圆满的

句号

1.正确理解购买信号

2.决定成交的最佳机会

3.合理地提出成交要求

<<每天一堂销售课>>

- 4.影响成交的三个因素
 - 5.最后时限
 - 6.以静制动，静观其变
 - 7.先否定再肯定的妙用
 - 8.诚实的暴露有时比掩饰更有效
 - 9.限量购买能够帮助快速成交
 - 10.人为地制造紧迫感
 - 11.借用其他客户的话来帮助自己销售
 - 12.促使成交之选择成交法
 - 13.促使成交之从众成交法
 - 14.促使成交之引导成交法
 - 15.促使成交之铺垫式成交法
 - 16.促使成交之富兰克林成交法
 - 17.促使成交之请教法
 - 18.促进成交的三种技巧
 - 19.巧妙地提问
 - 20.通过建议说服顾客
 - 21.让客户自己说服自己
 - 22.多一点热情
 - 23.激发客户的迫切需求
 - 24.成交建立在信任的基础上
 - 25.关注决策者身边的人
 - 26.从客户感兴趣的事情入手
 - 27.一开始就让客户说“是”
 - 28.稳稳成交，避免节外生枝
- 第十章 成交之后：让业绩“滚雪球”
- 1.成交之后不要快速离开
 - 2.成交之后表示感谢
 - 3.成交后主动创造与客户联系的机会
 - 4.客户的信赖是长期培养的
 - 5.不可不知的“二、五、十二”法则
 - 6.做好售后服务的重要性
 - 7.做好售后服务的意义
 - 8.做好售后服务之主动询问策略
 - 9.客户需要帮助时积极提供有效服务
 - 10.把顾客的意见记录在案
 - 11.尝试着帮顾客解决难题
 - 12.服务是一种意识
 - 13.售后服务用语中的禁用语
 - 14.发现错误就要及时纠正
 - 15.售后服务两个不容忽视的方面
 - 16.做好售后服务的三个点
 - 17.服务要用心、完善
 - 18.乔·吉拉德的售后三服务
 - 19.坎多尔弗：优良的服务就是优良的营销
 - 20.将联系方式贴在机器上
 - 21.建立客户档案

<<每天一堂销售课>>

22.将客户投诉看成珍贵的礼物

23.让客户坐下说话

24.认真倾听客户的投诉

25.倾听时带上面部表情

26.客户投诉时表示认同

27.先让顾客发泄不满

28.有效地处理客户的投诉

29.给投诉者超过预期的回报

第十一章 微博营销:新兴的销售工具

1.微博营销的优点

2.微博小工具

3.微博中常见的三种符号

4.微博的搜索功能

5.配置一套完整的微博账号

6.企业微博矩阵的三大原则

7.微博营销经验谈

8.取得粉丝信任是根本

9.交流的内容要有吸引力

10.互动的三大要点

11.申请V认证

12.微博营销和其他营销方法相结合

13.品牌、活动信息传播多管齐下

14.转发量和评论数只是一个数据

15.微博营销不适合所有的产品

16.写好140个字并不容易

17.微博营销并不是发帖子那么简单

18.微博营销并不省时省力

19.微博营销需要足够的耐力

20.定位准确,目标明确

21.每天发送微博的条数

22.把握发送时间

23.做好企业网站链接

24.让别人知道“你是谁”

25.公司一定要像个人

26.让自己的朋友成为第一批粉丝

27.善用微博标签

28.宣传你的微博

29.让微博的内容变得有价值的几个诀窍

30.利用微群增加粉丝

31.分享很重要

32.善借名人效应

33.让界面给别人留下美好的第一印象

34.必须要有回复和奖励

35.定期更新,使用私信

36.互利互惠式微博营销才能长久

37.及时处理负面评论

38.不可不做的话题讨论

<<每天一堂销售课>>

- 39. 微博营销的五大雷区
- 40. 找到潜在客户的微博
- 41. 分组管理好你的粉丝
- 42. 持续激发粉丝的热情

<<每天一堂销售课>>

章节摘录

版权页：9.销售的过程比结果更重要 职业销售人员都懂得一个道理——没有耕耘，就没有收获。所以他们在谈自己的销售心得时，总一再强调“销售不只注重结果，更要关注过程”。

事实也确实如此，那些大型企业都有一套完整、严格、规范的销售过程监测系统。

然而，许多销售人员也知道销售过程的重要，但是，总是不自觉地围着销售结果转。

似乎销售业绩好了，一切都好说。

其实，这是他们不明白销售过程的几个环节。

相信在他们明白之后，把销售的过程做好，结果就不可能太坏，业绩也不会太差。

一般来说，销售过程包括以下几个环节。

（1）详细地向客户介绍产品的性能，帮助客户在最短的时间内，了解产品的特性和使用后带来的经济利益。

理性的客户在购买某样产品之前，都要在了解了产品的所有信息，确信它能为自己带来更多的利益和方便后，才会产生拥有的渴望，最终做出购买的决定。

所以，销售人员要深入了解所销售的产品，然后视具体情况，利用销售样品及其他必备的销售工具与客户进行沟通，确保准确、全面、有效地传递产品信息。

（2）使用各种手段吸引客户的注意力和兴趣。

客户只有在注意到某件产品，并产生了兴趣之后，才会产生购买欲望，销售人员应尽最大努力做到这一点。

否则，即使销售人员把产品介绍得再详尽，顾客不感兴趣，也是徒劳的。

（3）刺激客户的需求，诱发他们的购买动机。

购买动机是直接驱使消费者实行某种购买活动的一种内部动力，反映了消费者在心理、精神和感情上的需求，实质上是消费者为达到需求采取购买行为的推动者。

所以，销售人员要掌握客户的各种需求，有效地刺激他们的需求，诱发他们的购买动机，进而使他们做出购买决定。

（4）合理解答客户的疑虑，获取客户的信任。

销售人员在销售陈述时，不仅要向客户介绍产品，还要合理地解答顾客的疑虑，只有这样才能确保与客户做进一步的沟通，进而获取客户的信任，最终达成交易。

总之，要想销售成功，就要对不同的客户采取不同的销售方式。

但不管是何种销售方式，销售员在做销售陈述前，一定要做好前期准备工作。

一旦开始了销售陈述，就一定要清楚自己向客户销售的是什么，客户的需求是什么，他们的顾虑又在哪儿。

行动总结 良好的销售过程才能产生良好的结果。

销售人员只有积极做好前期的准备工作，才能在销售开始后，做到不慌不忙、循序渐进，创造一个理想的销售过程，最终享受销售成功的喜悦。

<<每天一堂销售课>>

编辑推荐

<<每天一堂销售课>>

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>