

<<推销有心法>>

图书基本信息

书名：<<推销有心法>>

13位ISBN编号：9787507420692

10位ISBN编号：7507420698

出版时间：2009-1

出版时间：中国城市出版社

作者：苗志坚 著

页数：268

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>

## &lt;&lt;推销有心法&gt;&gt;

## 前言

《员工素质训练丛书》目前已经出版《说话有心计》、《沟通有心机》、《推销有心法》等多种，获得了广大读者的青睐。

《说话有心计》突出的是“说话”的素质，《沟通有心机》突出的是“交际”的素质，《推销有心法》突出的是“营销”的素质。

随着研究的逐步深入，我们将不断开发出新的课题，满足广大读者的需要。

“推销”是“营销”的具体体现。

在一般人的心目中，所谓“推销”是把产品卖出去，这就足够了。

这是一种很片面的看法！

“营销”就是一个上位的概念，而“推销”是一个下位的概念。

怎样在“推销”之中突出“营销”的理念，这才是问题的关键。

“营销”的核心就是营销人员，如果每个营销人员都具备推销员的素质，那么整个营销队伍就无往不胜了。

本书重点解决的就是推销员的基本素质的问题。

推销员的基本素质应该包括以下几个方面：第一是推销员的个性。

个性决定成败，对于一个推销员来说，真正重要的就是个性。

一个推销员，必须具备不屈不挠、水滴石穿的个性，善于抓住重点，修炼品性，把事情做到完美的程度，把服务做到应有的品味。

第二是推销员的习惯。

习惯决定命运，对于一个推销员来说，良好的习惯有着异乎寻常的作用。

一个推销员必须养成留心一切的习惯，必须善于调查研究，用自己的诚实和爱心去感动顾客，为顾客提供方便，为顾客解决困难。

第三，作为一个推销员，必须满足顾客的需要。

很多推销员只是企图把自己的产品卖出去而很少考虑顾客的需要。

这是很多推销员失败的主要原因。

学会与顾客进行有效沟通是满足顾客需要的必要条件。

第四，作为一个推销员，必须善于调动顾客的情绪。

推销员必须学会忍耐、控制情绪，不怕顾客咆哮，不怕顾客拒绝。

卖产品不如卖感情，卖产品不如卖心情，卖产品不如卖文化。

抓住了顾客的情绪，就抓住了推销的把手。

第五，推销员的口才至关重要。

“话语到，买卖俏”、“会说的不如会听的”。

只要口才到位，不愁买卖不成！

怎样把话说到点子上、怎样把话说到顾客的心窝里，是一个值得所有推销员认真思考的问题。

在市场经济的大潮中，营销已经成为最具有挑战性的、也是最急需的行业。

一个杰出的推销员常常能够鼓励很多人参与其中。

在美国，50万名百万富翁中有20%来自推销员起家的人，这就是最好的例子；一本《世界上最伟大的推销员》风行世界，就是最好的证据。

经过品牌营销专家——苗志坚先生精心策划的《推销有心法》终于面世了，但愿该书能够给你带来意外的惊喜！

## <<推销有心法>>

### 内容概要

销售有心法，把事情做到完美，把服务做出品位，推销有心法，社绝小看别人的陋习，养成留心一切的经，推销有心法，控制情绪，容忍，顾客愤怒，化解顾客的怒火，卖产品不如卖感情，卖产品不如卖思路，换个说法更有效，回访顾客好处多..... 多吃苦，事前积极准备，讲情义，事后不可诉桥，让顾客获得想要的价值，用品质提升推销的产品，先做朋友，再谈生意，多演示，让自己少插嘴，耐心倾听顾客的故事.....

## <<推销有心法>>

### 作者简介

苗志坚，1975年生，实战派资深品牌营销策划专家。  
智赢传媒(中国)有限公司董事长、中国职业精神训练丛书主编。  
主要著作有《带着员工一起发展》、《跟着老板一起成长》等。

2007年度中国策划十大风云人物，2006年度中国最具影响力品牌建设咨询专家，2005年度中国优秀品牌管理师，2004年度中国品牌建设十大杰出经理人等。

## <<推销有心法>>

### 书籍目录

第一章 个性决定成败 不屈不挠，执著最终能感人 滴水穿石，耐心最后成功 不抛弃不放弃，用新思路开拓新路子 抓重点拼耐力，以高品质拓展大市场 不急不躁，把心放平静点 不温不火，遇事常调心态 把事情做到完美 把服务做出品位 处处留心才能发现潜在顾客 多动脑子就会碰上成功机会 时时绽开你的笑脸 处处送上你的温馨 用你的热情感动主事者 用你的尊重征服第三者 [世界著名推糠羹曲崑功历程] 美国保险推销奇才——克莱门特·斯通第二章 习惯决定命运 杜绝小看别人的陋习 养成留心一切的习惯 树心雄，把目标瞄准大单 勤调查，用事实争取回报 认清自己，不一味迁就对方 眼见为实，不随便夸大其词 用诚实感动顾客 用真心打动顾客 用快乐感染顾客 用爱心征服顾客 给顾客解决难题 给顾客提供方便 多吃苦，事前积极准备 讲情义，事后不可拆桥 把优越留给顾客 让顾客感受尊重 世界著名推销灵的成功历程 日本最伟大的推销员——原一平 第三章 满足顾客的需要第四章 调动顾客的情绪第五章 把话说到点子上第六章 把话说到心窝里

## <<推销有心法>>

### 章节摘录

名推销员的成功历程 美国最杰出的汽车推销员——乔·吉拉德 乔·吉拉德，1928年11月1日出生于美国底特律市的一个贫民家庭，父辈是四处谋生的西西里移民。

为了生计，乔·吉拉德在9岁时开始给人擦鞋、送报，赚钱补贴家用。16岁时，乔·吉拉德就离开了学校，成为一名锅炉工，并在那里染了严重的气喘病。后来，他又成为一位建筑师，到1963年1月为止，盖了13年的房子。

35岁以前，乔·吉拉德是个全盘的失败者，他患有相当严重的口吃，换过四十个工作仍一事无成，甚至曾经当过小偷，开过赌场。

35岁那年，乔·吉拉德破产了，负债高达6万美元。

因此，他经常遭受父亲的辱骂和邻里的歧视。

每当父亲辱骂他一事无成的时候，他就下决心要做出一番成就来，证明父亲错了。

幸好母亲的关爱使他始终坚信自己的价值。

为了生存下去，破产的乔·吉拉德走进了一家汽车经销店，3年之后，乔·吉拉德以年销售1425辆汽车的成绩，打破了汽车销售的吉尼斯世界纪录。

此后，他在15年的汽车推销生涯中总共卖出了13001辆汽车，平均每天销售6辆，而且全部是一对一销售给个人的。

他也因此创造了吉尼斯汽车销售的世界纪录，同时获得了“世界上最伟大推销员”的称号。

<<推销有心法>>

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>