第一图书网, tushu007.com

<<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

第一图书网, tushu007.com

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去意外的惊喜！

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……

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 抓重点拼耐性，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 [世界著名推糠羹曲崴功历程] 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

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。

第一图书网, tushu007.com

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