

<<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：9787509618240

10位ISBN编号：750961824X

出版时间：2012-5

出版时间：经济管理出版社

作者：华培

页数：335

字数：414000

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

《每天一堂销售课》内容全面，行文活泼易懂，案例丰富实用。全书分为12个单元，意为12个月；每个单元又分4周，意为每个月中的4个星期。每小节分为3个板块，第一个板块“重点预习”，用简短的语言点出小节的内容要点，作为“引子”带领读者进入正文；第二个板块“案例导读”，用实用的、有代表性的销售案例给读者以真实场景的模拟，让读者身临其境，并思考“如果换了是我，我会怎么做”；第三个板块“应用指南”，是对案例的解析，并点出销售过程中需要注意的难点和解决办法。

《每天一堂销售课》中12个单元的内容层层递进、由浅入深，所总结的销售法则科学、实用，帮助读者开发潜质、拓展视野，迅速成为销售高手。本书由华培编著。

## <<每天一堂销售课>>

### 书籍目录

- 一月 好心态加好气质等于好销售
  - 第一周 销售员必备素质
  - 第二周 销售员形象和礼仪
  - 第三周 销售员气质修养
  - 第四周 做好充分准备再出发
- 二月 了解销售心理学，洞察客户心思
  - 第一周 巧用心理策略化解顾客小心思
  - 第二周 捕捉客户的微妙心理变化
  - 第三周 用点计策让客户尽快交易
  - 第四周 察言观色探寻顾客根本需求
- 三月 一句动听的话，胜过万句平淡的陈述
  - 第一周 练就“甜嘴”销售员
  - 第二周 智慧的开场自令人印象深刻
  - 第三周 直抄近路，找到“话事人”
  - 第四周 提问的技巧
- 四月 用行销催眠术“操控”客户
  - 第一周 现场催眠购买
  - 第二周 销售高手不会告诉你的催眠技巧
  - 第三周 让顾客无法对你说“不”
  - 第四周 深层催眠，让不可能变为可能
- 五月 小小电话线，连接大订单
  - 第一周 拨打电话前的准备
  - 第二周 电话开发新客户
  - 第三周 电话约访
  - 第四周 电话谈判
- 六月 不同销售情境需要不同的应对方式
  - 第一周 练就“好脾气”销售员
  - 第二周 销售方法因人而异
  - 第三周 应对顾客的拒绝和责难
  - 第四周 氛围销售，制造有利于销售的环境
- 七月 销售博弈不只是与客户的较量
  - 第一周 智慧博弈助销售
  - 第二周 进一步激发顾客购买欲
  - 第三周 促销讲方法
  - 第四周 站在顾客的角度思考
- 八月 销售公关让销售危机轻松化解
  - 第一周 产品公关中的心理学密码
  - 第二周 产品营销中的公关心理学
  - 第三周 品牌公关发挥无形感召力
  - 第四周 公关策划中的心理战术
- 九月 避开销售误区，不该做的事情不做
  - 第一周 避开销售中的错误行为
  - 第二周 销售员不可触碰的话术地雷
  - 第三周 突破低销售困境
  - 第四周 不能轻视与客户问的关系

<<每天一堂销售课>>

十月 提高成交率是最漂亮的业绩

第一周 保证好每一个订单的成交率

第二周 抓住每一个销售机会

第三周 换位思考，在理解中成交

第四周 销售过程不忘察言观色

十一月 开发大客户，让销售之路越走越宽

第一周 开发客户应注意的细节

第二周 制定大客户发展战略

第三周 找到你的大客户群

第四周 大客户订单开发

十二月 精于管理：从小销售员到大决策者的蜕变

第一周 精于企业管理

第二周 善于把握企业成长方向

第三周 把握正确销售轨道与管理绩效

第四周 聚焦瞄准业绩增长点

后记

<<每天一堂销售课>>

章节摘录

【重点预习】 无论哪种形式的销售，为了实现其最终目标，在销售伊始，销售员都需要进行试探性地提问与仔细聆听，以便顾客有积极参与销售或购买过程的机会。

【案例导读】 销售人员：“我们先谈谈你的生意，好吗？  
你那天在电话里跟我说，你想买坚固且价钱合理的家具，不过，我不清楚你想要的是哪些款式，你的销售对象是哪些人？  
能否多谈谈你的构想？

” 琳达：“你大概知道，这附近的年轻人不少，他们喜欢往组合式家具连锁店跑；不过，在111号公路附近也住了许多退休老人，我妈妈就住在那里。  
一年前她想买家具，可是组合式家具对她而言太花哨了，她虽有固定的收入，但也买不起那种高级家具；以她的预算想买款式好的家具，还真是困难！  
她告诉我，许多朋友都有同样的困扰，这其实一点也不奇怪。  
我做了一些调查，发现妈妈的话很对，所以我决心开店，顾客就锁定这群人。

” 销售人员：“我明白了，你认为家具结实，是高龄客户最重要的考虑因素，是吧？

” 琳达：“对，你我也许会买一张300元的沙发，一两年之后再换新款式。  
但我的客户生长的年代与我们有别，他们希望用品常新，像我的祖母，她把家具盖上塑胶布，一用就30年。  
我明白这种价廉物美的需求有点强人所难，但是我想，一定有厂商生产这类的家具。

销售人员：“那当然。  
我想再问你一个问题，你所谓的价钱不高是多少？  
你认为主顾愿意花多少钱买一张沙发？

” 琳达：“我可能没把话说清楚。  
我不打算进便宜货，不过我也不会采购一堆路易十四世的鸳鸯椅。  
我认为顾客只要确定东西能够长期使用，他们能接受的价位应该在450-600元。

” 销售人员：“太好了，琳达，康福一定帮得上忙，我花几分钟跟你谈两件事：第一，我们的家具有高雅系列，不论外形与质量，一定能符合你客户的需要，至于你提到的价钱，也绝对没问题；第二，我倒想多谈谈我们的永久防污处理，此方法能让沙发不沾尘垢，你看如何？

” 琳达：“没问题。

”  
.....

<<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>