

<<卓越销售的7个秘诀>>

图书基本信息

书名：<<卓越销售的7个秘诀>>

13位ISBN编号：9787509619452

10位ISBN编号：7509619459

出版时间：2012-8

出版时间：经济管理出版社

作者：丁兴良

页数：224

字数：225000

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>

<<卓越销售的7个秘诀>>

内容概要

丁兴良编著的《卓越销售的7个秘诀（第2版）》从七个方面总结了卓越销售的七个秘诀，它会教你如何在销售中越战越勇，教你如何做一个卓越的销售者。

第一个秘诀，教你如何做到职业化。

第二个秘诀，教你找对人。

第三个秘诀，教你如何建立信任感。

第四个秘诀，教你如何挖掘客户需求。

第五个秘诀，教你如何塑造产品。

第六个秘诀，让你立即行动。

第七个秘诀，教你维护客户关系。

<<卓越销售的7个秘诀>>

作者简介

丁兴良，中国工业品实战营销创始人，国内大客户营销培训第一人，卡位战略营销理论的开创者，工业品营销研究院首席顾问，中欧国际工商管理学院EMBA。

曾在世界500强企业全球婴儿护肤品排名第一的Johon&Johon任销售经理；曾是国内水泵行业排名第一的凯泉泵业集团的资深销售经理、全球自动化阀门控制行业排名第一的英维思集团阀门控制事业部的副总经理。

2005年荣登“中国人力资源精英榜”，并被《财智》杂志评为“杰出培训师”；2006年被评为“中国企业十大企业培训师”；2007年被第三届中国管理大会授予“杰出管理专家奖”；2008年被选为中国市场学会常务理事；2009年荣获全球华人讲师营销类十强。

他根据自己17年的营销实战经历、13年的工业品营销经验和8年的专注工业品营销项目体验，总结出一套实用的咨询与培训体系，受到工业品营销培训学员的一致好评。

<<卓越销售的7个秘诀>>

书籍目录

谨言：销售人员共同的心声

未来怎么了——对21世纪五大销售新思维的感悟

第一章 秘诀一：打造职业化顾问的三把金钥匙

第一节 你够职业化吗

案例：如此职业化的管理者

第二节 职业化销售人员的四大关键

案例：贝尔的“老鸟级”人才

第三节 成功销售人员的“十六字真言”

案例：销售的经典秘诀——“卖拐”

第四节 成为职业顾问的三个秘诀

案例：最职业化的销售员

——一个很牛的销售人员的故事

案例：P学院扩建争夺战

第五节 反省：你的职业化

案例：肯德基走向完美

第六节 职业化的潜意识影响

案例：东洋人的影星促销革命

案例：一碗汤的学问35

卓越销售的十条金科玉律（一）

第二章 秘诀二：找对人比说对话更重要

第一节 目标客户，你在哪里

案例：出卖“落后”

第二节 目标客户。

你了解他们吗

案例：聪明的报童

第三节 旧路走不通。

新路走不出

案例：信息孤岛如何求生？

第四节 寻找金钥匙

案例：先予后取

第五节 让金钥匙为你开启财富之门

案例：得意的猴孙

卓越销售的十条金科玉律（二）

第三章 秘诀三：成就信任的六个台阶

第一节 建立信任感的五个关键

案例：我不是来推销的

第二节 瞬间建立亲和力的法宝

案例：售楼小姐真有一套

第三节 卓越的沟通技巧

案例：小李与小强的故事

第四节 高层联盟是信任的基础

案例：直捣黄龙，起死回生

案例：老农夫和服务小姐

第五节 信任感。

<<卓越销售的7个秘诀>>

帮你拥有最终的红宝石

案例：逐步降价销商品，88

案例：先有鸡还是先有蛋

第六节 提升：发展个人的信用度

案例：可口可乐为何处变不惊

案例：只有一次机会

卓越销售的十条金科玉律（三）

第四章 秘诀四：挖掘需求是“忽悠”的核心元素

第一节 销售中确定客户需求的技巧

案例：饭店园中的蔬菜

第二节 有效问问题的五个关键

案例：让他对你感兴趣

第三节 按计划。

找到客户的需求

案例：大众会抢什么

第四节 如何听出话中话

案例：巧妙的批评

第五节 如何让客户没钱借钱也要买卖

案例：猜猜哪位名人会来

卓越销售的十条金科玉律（四）

第五章 秘诀五：塑造产品价值是获取利润的源泉

第一节 客户要的产品是什么

案例：售楼

第二节 如何推销产品的益处

案例：神奇旧钞营销故事

第三节 产品定位的依据——客户的心

第四节 产品太贵怎么办

案例：平凡者与高手的区别

第五节 如何做产品竞争优势分析

案例：卖点究竟在哪里

第六节 了解产品的行业知识

案例：羊和狼的故事

卓越销售的十条金科玉律（五）

第六章 秘诀六：提高行动力是成功的关键

第一节 影响销售人员行动的“三力”

案例：把思考力用在客户身上

第二节 人不会行动的原因

案例：老鞋匠的智慧

第三节 销售人员行动守则

案例：把冰卖给爱斯基摩人

第四节 金玉良言——嘴上的行动

第五节 压力带来的行动

案例：制造“抢劫”风波

卓越销售的十条金科玉律（六）

第七章 秘诀七：提升服务是让客户忠诚的不二法门

第一节 维持客户关系的重要原则

案例：贺卡的问候

<<卓越销售的7个秘诀>>

第二节 发展客户关系的有效方法

案例：两辆中巴

第三节 如何管理客户关系

案例：“拿掉”与“添点”

第四节 让客户重复消费的理由

案例：富士施乐打造全新服务理念——全包服务

第五节 如何提升客户关系

案例：“东方大饭店”为什么要提前三天预定

第六节 客户关系——客户周围的人

案例：1英镑打败10万英镑

卓越销售的十条金科玉律（七）

附录

一、工业品营销研究院简介

二、两大核心——“培训和咨询”

IMSC工业品营销研究院图书目录

<<卓越销售的7个秘诀>>

章节摘录

在美国营销学会中，经常会设计一些销售的难题，例如，把冰卖给爱斯基摩人、把斧头卖给总统、把胸罩卖给男人等，这些案例中的“把冰卖给爱斯基摩人”其实就是运用难点型问题的方式来激发客户的需求。

下面，我们来分享一下。

汤姆：你好！

爱斯基摩人，我叫汤姆·霍普金斯，在北极冰公司工作。

我想向您介绍一下北极冰给您和您的家人带来的许多益处。

爱斯基摩人：这可真有趣，我听到许多关于你们公司的好产品，但冰在这儿可不是问题，它是不花钱的，我们甚至住在这东西上。

汤姆：是的，先生。

您知道注重生活质量是很多人对我们公司感兴趣的原因之一，而且看得出来，您就是一个注重生活质量的人。

您我都明白价格与质量总是相连的，能解释一下为什么您目前使用的冰不花钱吗？

（情况型问题）爱斯基摩人：很简单，因为这里遍地都是。

汤姆：您说得非常正确。

您使用的冰就在周围，日日夜夜，无人看管，难道您不同意吗？

（情况型问题）爱斯基摩人：噢，是的。

这里冰太多太多了。

汤姆：是的，先生。

现在冰上有我们，你和我，那边还有正在冰上清除鱼内脏的邻居，北极熊正在冰面上重重地踩踏。

还有，你没看见企鹅沿水边留下的脏物吗？

请您设想一下好吗？

（难点型问题，激发客户的不满意）爱斯基摩人：我宁愿不要去想它。

汤姆：也许这就是为什么这里的冰是如此……这能说是经济合算吗？

（痛苦型问题，引发健康问题）爱斯基摩人：对不起，我突然感觉不大舒服。

汤姆：我明白。

给您家人的饮料中放入这样一种无人保护的冰块，如果您想真正感觉舒服必须得先进行消毒，不是吗？

那您如何去消毒呢？

（难点型问题，暗示消毒是非常麻烦的）爱斯基摩人：煮沸吧，我想。

……

<<卓越销售的7个秘诀>>

编辑推荐

唯有经验，才有感悟；唯有感悟，才有总结；唯有总结，才有秘诀；一唯有秘诀，才有卓越。

卓越销售的7个秘诀：职业化是决定销售成功的第一标准，信任感是决定销售成功的最佳答案，找对人是决定销售成功的重要前提，挖掘需求是决定销售成功的最好手段，塑造产品是决定销售成功的核心卖点，立即行动是决定销售成功的关键桥梁，客户关系是决定销售成功的有效保障。

<<卓越销售的7个秘诀>>

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>