

<<世界上最伟大的推销员大全集（全四册）>>

图书基本信息

书名：<<世界上最伟大的推销员大全集（全四册）>>

13位ISBN编号：9787511307132

10位ISBN编号：7511307132

出版时间：2010-11

出版时间：中国华侨出版社

作者：翟文明，宿春礼 编著

页数：全四册

字数：830000

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>

内容概要

《世界上最伟大的推销员大全集(套装全4册)》堪称推销人员必备的宝典，它由“世界上最伟大的推销员”、“世界上最伟大的营销方法”、“世界上最伟大的营销书”三部分组成，内容全面、案例生动、方法实用。

在“世界上最伟大的推销员”部分，我们介绍了全球“销售之冠”乔·吉拉德、“推销之神”原一平、20世纪“推销宗师”法兰克·贝特格等世界顶级推销大师的推销经验和成功之道；“世界上最伟大的营销方法”部分收录了营销环境分析、市场机会选择、确定产品竞争优势、价格定位与营销推广等方面最有效的营销方法，并附有真实的案例分析及“方法实施要点”，其内容涵盖了营销的整个流程；“世界上最伟大的营销书”部分主要介绍世界顶级营销大师的经典著作，如奥格·曼狄诺的《世界上最伟大的推销员》、菲利普·科特勒的《营销管理》、汤姆·霍普金斯的“就这样成为销售冠军”等。每个梦想成功的推销员都可以从《世界上最伟大的推销员大全集》中广征博取，借鉴营销大师的经验教训，找到最适合自己的营销观念、策略和技巧，获知最新的营销理论，显著提高自己的营销水准，踏上成功之路，赢得财富。

一个好的推销员需要具备什么？

答案可能有很多种，但其中最重要的有三个，即经验、方法和知识。

为了让梦想成功的推销员获得这三项必备的成功“武器”，我们汇总中外营销大师的经验、方法和智慧，集成了这本《世界上最伟大的推销员大全集》。

书籍目录

上篇 世界上最伟大的推销员

第一章 奥格·曼狄诺教你成为最伟大的推销员

我用全心的爱迎接今天

- 一、爱心是一笔很大的财富
- 二、乐于助人，爱心用行动体现
- 三、善良是爱的初始
- 四、爱让推销无往不胜

我将坚持不懈直到成功

- 一、坚持不懈是最基本的品质
- 二、坚持不懈才能成功

我是自然界伟大的奇迹

- 一、自信是成功的第一秘诀
- 二、自信心能打开你内心的宝藏
- 三、对自己充满信心

我永远沐浴在热情之中

- 一、热情是行动的信仰
- 二、热忱是助你成功的神奇力量

我珍惜生命中的每一天

- 一、浪费时间等同于挥霍生命
- 二、珍惜时间使生命更加珍贵
- 三、学做时间的主人

我在困境中寻找着机遇

- 一、困境让你更坚强
- 二、磨难成就辉煌人生
- 三、积极心态帮你走出困境

我每晚反省自己的行为

- 一、反省让你保持清醒
- 二、每天自省5分钟

我要控制情绪笑遍世界

- 一、控制情绪是一种能力
- 二、戒掉烦恼的习惯
- 三、保持乐观精神

第二章 原一平给推销员的10个忠告

培养自身，做一个有魅力的人

- 一、推销之神原一平
- 二、认识自己
- 三、自己才是自己最大的敌人

处处留心，客户无处不在

- 一、做个有心的推销员
- 二、生活中处处都有机会
- 三、教你寻找潜在客户

关心客户，重视每一个人

- 一、关心你的客户
- 二、不要歧视客户，切莫以貌取人
- 三、重视每一个客户

定期沟通，紧密客户关系

- 一、与客户取得交流和沟通
- 二、再访客户的技巧

主动出击，打开客户大门

- 一、选择好推销的时机和地点
- 二、找到共同话题，掌握主动权
- 三、掌握主动权，抓住潜在客户

赢得客户，好好对待“上帝”

- 一、打破顾客心墙，接近客户
- 二、与客户思维保持同步，以吸引顾客注意
- 三、从顾客喜好出发

四、要懂得分享客户的喜悦

管好客户资源，让客户连成片

- 一、给你的客户建立档案
- 二、多收集客户资料，建立客户网
- 三、稳住你的老客户

对生意介绍人必须信守承诺

- 一、人脉是赚钱的基础
- 二、利用满意客户群，实施“猎犬计划”
- 三、善待介绍人，对介绍人信守诺言

重视250法则，客户不再遥远

- 一、250法则的由来
- 二、随时随地发展你的客户
- 三、利用好你自己的250条关系

拥有感恩的心，与家人分享成功

- 一、家是你永远的港湾
- 二、没有家人的支持你不会真正成功
- 三、原一平的智慧结晶

第三章 乔·吉拉德能将商品卖给任何人的秘密

第四章 贝特格无敌推销术

.....

中篇 世界上最伟大的营销方法

下篇 世界上最伟大的营销书

章节摘录

推销工作的顺利与否，其前提是有创意、有人情。

在打破心墙方面，可使用小礼物、纪念品配合自己的表演，同时也要格外重视客户的反应，对其所表达的情况也要认真地记录或主动询问，了解其内心真正的想法、观念，并不时地赞美，注意倾听，不

打断其意见的表达，以其感兴趣、有嗜好的话题为主，展开彼此的感情沟通。

原一平曾经制订计划，准备向一家汽车公司开展企业保险推销。所谓企业保险，就是公司为其职工缴纳预备退休金及意外事故等的保险。可是，听说那家公司一直以不缴纳企业保险为原则，所以在当时，不论哪个保险公司的推销员发动攻势都无济于事。

原一平决定集中攻占一个目标，于是，他选择了总务部长作为对象进行拜访。

谁知：那总务部长总也不肯与他会面，他去了好几次，对方都以抽不开身为托辞，根本不露面。

两个月后的某一天，对方终于动了恻隐之心，同意接见他。

走进接待室后，原一平竭力向总务部长说明加入人寿保险的好处，紧接着又拿出早已准备好的资料—销售方案，满腔热情地进行说明，可总务部长刚听了一半就说：“这种方案，不行！

不行！

”然后站起身就走开了。

原一平在对这一方案进行反复推敲、认真修改之后，第二天上午又去拜见总务部长。

对方再次以冰冷的语调说：“这样的方案，无论你制订多少带来也没用，因为本公司有不缴纳保险金的原则。

”，在遭到这种拒绝的一刹那，原一平呆住了。

总务部长昨天说那个方案不行，自己才熬了一夜重新制订方案，总务部长却又说什么无论拿出多少方案也白搭……

编辑推荐

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>