

<<超级营销口才>>

图书基本信息

书名：<<超级营销口才>>

13位ISBN编号：9787514200065

10位ISBN编号：7514200061

出版时间：2011-1

出版时间：印刷工业出版社

作者：葆卿

页数：249

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>

<<超级营销口才>>

前言

第二次世界大战以后，美国出现了许多著名的营销专家，在金融危机之前曾流行这样一句话：“除了总统，最伟大的职业就是营销员。”

这句话听起来让人匪夷所思，营销员的地位怎么能比律师、医生、教师、科学家这些佼佼者还要高呢？

但是，当你了解到那些营销专家一天之内能卖出多少部汽车、一天之内就能卖出一架飞机，并且天天如此，他们的财富呈几何级数递增时，就不会为这句话感到迷惑和震惊了。

这些世界著名的、伟大的营销专家，他们使用的武器不是现代化的高科技设备，而是看不见、摸不着的语言艺术。

他们成功的事实告诉人们：语言具有无限的魅力，口才可以创造惊人的财富。

全球著名的汽车营销专家乔·吉拉德，被吉斯尼记录大全誉为“世界上最伟大的推销员”，以连续12年平均每天销售6辆汽车、一天最多销售18辆车、一个月最多销售174辆车、一年最多销售1425辆车的业绩，荣登世界销售第一的宝座，至今无人突破。

乔·吉拉德出身平民、没有高学历、没有可利用的社会背景，但是他用卓越的业绩证明了这句格言：

“有一种能力可以使人很快完成伟业，并获得世人的认识，那就是令人喜悦的讲话能力。”

好口才可以使人腾空而起，凭借语言的翅膀完成梦境之旅。

营销口才，是营销活动中的特殊技能，是口才艺术中的特别技巧。

中国自古就有“一言兴商”、“一语千金”的道理，在市场经济的背景下决战商海，必须拥有良好的营销口才。

如果你现在是一个怀揣梦想的营销员，想在未来成为一位伟大的、成绩卓越的营销专家，那么你不仅要知道口才是何等的莺要。

而且还能够灵活巧妙地运用口才艺术。

<<超级营销口才>>

内容概要

本书全面、生动、清晰地讲述了与市场销售人员息息相关的社交口才、谈判口才、公关口才、推销口才、演讲口才等内容，文章短小精练，理论简明易懂，语言通俗生动，案例与时俱进，能够帮助销售人员在短时间内迅速提升为营销高手。

<<超级营销口才>>

作者简介

葆卿，本名：李普曼。

巨蟹座。

现就读于中央美术学院。

执著而快乐地求学、创作和生活。

随性走笔，记录那些为了心中的信念执迷不悔的爱与痛。

<<超级营销口才>>

书籍目录

上篇 营销口才案例精讲 第一章 世界顶级经理人的营销口才 史蒂夫·乔布斯的演讲风格 杰夫·泰勒的演讲魔法 卡莉·菲奥丽娜的演讲技巧 弗里茨·菲利普斯讲话时的悬念设置 李·艾柯卡谈判时的非凡口才 玫琳·凯的营销故事 第二章 世界著名营销专家的口才故事 贝尔·拉第埃以情攻心 卖飞机 汤姆·霍普金斯秘笈：从电话走向面对面 原一平的另类幽默 乔·吉拉德的热情与真诚 马里奥·欧霍文的电话预约绝招 美国富商巴特曼的谈判策略 康拉德·希尔顿的借钱妙语 亨利·彼得森的“二步”营销 福克兰巧言面对“钉子户” 王永庆在问话中获得商机 斯蒂尔借领袖之言营销 第三章 基层经理人机智的营销口才 经理人“望梅止渴”的圈套 商场经理唱好红脸戏 最简单的客户信服法 以利益来唤起对方的兴致 顾客发火时应以退为进 营销从成交后开始 探明客户的价值标准 聊天，打开生意那扇大门 让客户自己承诺购买 不要急于证明自己的正确 把握惠顾动机，赢得好商缘 第四章 营销员务实的口才能力 从信任这个起点开始 引发顾客的购物欲望 准确抓住成交的时机 激情营销更易成功 用利益相关的话题作开场白 营销中的意外情况处理 在预约时突破挡驾者 不摸底细慎开口 集中精力与客户交谈 把握好谈话时的分寸 看淡“拒绝” 相信谈话的逻辑力量 从拒绝的话语中找到契机 第五章 营销员智取的口才能力 针对“利益”这个核心营销 误打误撞，拿下最后的营销堡垒 通过客户的动作掌握其购买欲 用理念说服客户 解开顾客的心理负担 让顾客自己踢自己的球 以幽默和执著打动客户 稳住“假内行”，迅速成交 巧用抑扬妙术 如何应对“价格问题” 转移话题，自有妙处 赞美是最好的话题切入点 真正的营销从“不买开始” 绕着说的营销法则 第六章 售货员直面客户时的口才 用“假设”的方法成交 用较多的商品信息让顾客信服 巧说好话，应对挑剔客户 销售过程中的口、手并用 “激将法”收奇效 售票员饶舌的奥妙 图书售货员主动营销的意义 毫不犹豫地反悔 像犹太人那样训练速算的技巧 如何应对难缠的顾客 坦然面对商品的缺陷 售货员要习惯讨价还价 售货员反攻得胜法 用顾客自己的话“套环” 第七章 收账与讨债时的口才与技巧 指责第三方赢得欠债人的同情 在微笑中讨回欠款 催收账款的绝招 成功收账的8种主要方法 第八章 谈判语言的艺术 开价任高勿低 释疑是谈判中最重要的一环 令人心烦意乱的环境更利于谈判 让对方疲惫不堪，动摇他的判断力 巧妙利用最后时限，迫使对方就范 实话实说，一语定音 “请教”在非正式谈判时的妙用 关键时刻，该出口时就出口 第九章 非营销人员的营销技巧 艺术大师米开朗基罗的营销理念 画家毕加索的营销经 萨克斯数言说服美国总统 科学家法拉第的营销绝招 一个“二战”老兵的营销故事 派克笔以新闻销“笔” 迪斯尼的全员快乐营销 下篇 营销口才与谈判能力训练 第十章 营销员口才训练 营销口才的选择性 让利营销的秘诀 与客户“套关系”的方法 营销口才综合训练 营销能力综合训练 快速成交的三种方法 如何化解与客户的矛盾 追踪客户满意度的方法 高效优质的售后服务 电话营销的注意事项 第十一章 售货员口才训练 售货员语言的基本要求 售货员用语的技巧 售货员接近顾客的方法 售货员与顾客说话时的身份和角度 售货员与顾客交谈的内容 顾客的心理全角解读 掌握灵活的促销方法 快速捕捉顾客的购买信号 售货员留住顾客的方法 售货员在成交后的说话技巧 第十二章 商业谈判能力训练 商业谈判中语言表达的核心作用 商业谈判的语言要求 商业谈判常规程序 营造良好的谈判气氛 谈判进行时的注意事项 商业谈判中的提问与回答技巧 如何掌握谈判的主动权 商业谈判中的探测技巧 商业谈判制胜的原则 如何拒绝对手的要求 商业谈判陷入僵局时怎么办 国际商业谈判的背景因素

<<超级营销口才>>

章节摘录

史蒂夫·乔布斯的演讲风格 史蒂夫·乔布斯是苹果公司的创始人，公认的“苹果”之父。

1985年，他获得了由里根总统授予的国家级技术勋章；1997年成为《时代周刊》的封面人物，同年被评为最成功的管理者，是声名显赫的“计算机狂人”；2009年被财富杂志评选为近十年美国最佳CEO，同年当选时代周刊年度风云人物。

1955年2月，乔布斯生于加州的硅谷。

1978年，他与合作伙伴共同创立了苹果公司，后来发布了苹果二代和苹果系统，由此点燃了个人电脑革命的火焰。

在他离开苹果公司很长一段时间之后，于1997年戏剧性地重返苹果公司，并且将当时奄奄一息的苹果公司带上了健康的发展轨道。

像许多著名企业家一样，史蒂夫·乔布斯是全球著名的演讲家。

他散发出来的个人魅力俘获了成千上万个称得上“苹果系统忠诚者”的客户、员工和同僚。

在乔布斯28岁时发生的一段故事，至今还在流传。

当时苹果公司已经成功上市，他本人被称为十分傲慢的青年企业家。

有一天，乔布斯与当时百事可乐公司的主席——44岁的约翰·斯卡里坐在房顶平台上俯瞰哈得逊河。两人看着哈得逊河两岸美丽的风光，聊着开心的话题。

乔布斯心里有个由来已久的想法要说出来，那就是争取斯卡里加盟苹果公司，他直言不讳地问道：“你是想下半辈子继续卖甜水，还是想找一个机会来改变世界？”这句话问得非常傲慢，也很大胆，也很乐观。

改变世界，是一项伟大的工程，一般人是没有胆量说出口的，但正是这句话打动了心里同样埋藏着坚定信念的斯卡里，为了改变世界的梦想，他决定加盟苹果公司。

乔布斯相信自己天生就是改变世界的，他从不害羞地承认这一点。

也正是这种远大的抱负，使他身边的人相信自身是从事改变世界的工作，富有激情和使不完的力量。

乔布斯的演讲也从来都十分令人感动，就像他轻易就可以说服斯卡里一样，无论是客户、同事还是员工，都能从他的讲话中得到力量。

乔布斯的演讲实例——言简意赅地营销新产品

媒体关注与评论

要是你想达到你的目的，最好用温和的态度与人家讲话。

——莎士比亚和蔼可亲的态度是永远的介绍信。

——培根抓住人心的捷径，在于以对方最关心的问题为话题。

——卡耐基发生在成功人物身上的奇迹，至少有一半是由口才创造的。

——汤姆士

<<超级营销口才>>

编辑推荐

《超级营销口才:一语值千金》:销售好口才就是八面玲珑、夸夸其谈、谄媚忽悠?

打动人心-促成合作-快速签单-成就事业。

销售世界里第一位不是产品,而是你自己,在你成功地把自己推销给别人之前,你必须百分之百把自己推销给自己。

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>