

## <<让业绩倍增的销售人脉>>

### 图书基本信息

书名：<<让业绩倍增的销售人脉>>

13位ISBN编号：9787515801575

10位ISBN编号：7515801573

出版时间：2012-4

出版时间：中华工商联合出版社

作者：武敬敏

页数：208

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>

## <<让业绩倍增的销售人脉>>

### 前言

在商业竞争如此激烈的现代社会，学会经营人脉，才是销售决胜的关键。

比尔·盖茨就曾经说过：“一个人永远不要靠自己花100%的力量成就梦想，而要靠100个人花每个人1%的力量去铸就成功。

”正是按照这种投资人脉的方法，站在别人的肩膀上展望未来，比尔·盖茨才有了缔造微软公司的成就。

人脉就是信息，就是资源，它就像杠杆的支点，能让我们撬动无法解决的难题，更能为我们带来无法想象的财富。

美国石油大亨洛克菲勒在被问及自己的成功经验时表示：“与太阳下所有能力相比，我更注重的是与人交往的能力。

”就销售工作的实质而言，销售就是做“人”的生意。

如果没有广泛的人际关系，就不可能获得源源不断的客户，销售工作也就无从开展。

因此，优秀的销售人员懂得：人脉资源是一种潜在的无形资产，是一种潜在的财富，是通往销售之巅的秘诀。

销售，是从交朋友、积累人脉开始的。

柴田和子出生在日本东京，1970年，31岁的她进入日本著名保险公司——第一生命株式会社新宿分社，开始了保险销售生涯，此后，她创造了一个又一个辉煌的保险行销业绩。

1978年，柴田和子首次登上“日本第一”的宝座，并一直蝉联了16年日本保险销售冠军，成为“日本保险女王”。

1988年，她创造了世界第一的寿险销售业绩，并因此打破吉尼斯世界纪录。

她的年度成绩能抵上800多名日本同行的年度销售业绩总和。

柴田和子之所以能取得如此辉煌的销售业绩，与她广泛培植和利用人脉息息相关。

拓展人脉就是交朋友的过程，朋友交成了，生意也就顺理成章地成交了。

我们都知道，只要我们用心，每一个人都会成为我们的潜在客户，因此我们要善待每一个与我们相识的陌生人，要真诚对待我们的每一个老客户，他们会为我们介绍新的朋友。

俗话说：“自己走百步，不如‘贵人’扶一步”，在销售的行业中，也需要结识各行各业的“贵人”，得到他们的帮助，我们的销售事业就会红红火火。

拓展人脉关系的方法很多，比如参加各种各样的俱乐部、兴趣沙龙、展览会、高级舞会、产品说明会、茶话会等。

只要有心交朋友，处处皆朋友。

此外，“人以群分，物以类聚。

”我们要交到志同道合的朋友，交上关键时刻能帮得上忙的好朋友。

还需要我们彰显出自身的魅力，一个自信、勇敢、真诚、自尊的人，总是能扩大影响力，营造一种有吸引力的气场，结交到更多的朋友。

我们希望每一位销售人员，把拓展人脉的思想植入心中，时刻不忘“先交朋友，后做销售”的理念，为销售事业点燃一盏明亮的灯，照亮自己的销售之路。

## <<让业绩倍增的销售人脉>>

### 内容概要

人们常说：

“人脉决定命脉。

” 在销售工作中积累人脉，就是交朋友的过程。

朋友交成了，订单多半也就顺理成章地成交了。

销售人员拓展人脉关系的方法很多，比如参加各种各样的俱乐部、兴趣沙龙、展览会、高级舞会、产品说明会、茶话会等。

只要有心，处处皆朋友。

希望每一个追求卓越业绩的销售人员，都要把广积人脉的思想深植心中，时刻不忘“先交朋友，后做销售”的理念，为销售事业点燃一盏明灯，照亮我们的销售之路。

## <<让业绩倍增的销售人脉>>

### 书籍目录

#### 第一章 销售工作中，人脉就是财脉

聚财先聚人

自助者人助，人助者天助

多投资“人情生意”

再“穷”也要站在富人堆里

互惠，是销售中的招数

有舍才有得

把“虾米”联合起来能吃掉大鱼

活用人脉，开发高回报的客户

#### 第二章 先做朋友，再做销售

结交朋友的朋友，扩大销售对象

跨行业交朋友

让老客户带来新客户

感恩曾经帮助过自己的人

重要场合尽量曝光，让更多的人认识我们

#### 第三章 自己走百步，不如贵人扶一步

借助“贵人”是高明的销售之道

想要成功就要向成功人士看齐

不是“贵族”也要坐“头等舱”

萍水相逢的人也可能成为我们的客户

再忙也要和这“几种人”联络

#### 第四章 做“中国式”的人情买卖

把人情作为获胜的筹码

交人交心，人情投资要果断

有分寸地赞美客户

主动吃亏，客户终会还人情

销售工作，首先销售的是自己

人情链断裂，要及时修复

#### 第五章 用渐进的方式拓展“结交圈”

择木而栖，选对自己的“圈子”

整合自己的人脉圈

通过“中间人”拓展人脉

结交“实力人物”的身边人

做销售必须要维护的几个“圈子”

拓展“圈子”的10个场所

#### 第六章 宴请是否得当，决定销售的走向

“无功不受禄”，请客需要好理由

宴请看场合，吃饭分档次

推杯换盏间，问出对方心意

在酒桌上把订单拿到手

别让口头禅毁了“大单”

餐桌上谈话的六种忌讳

#### 第七章 销售人员会说，客户才爱听

好的开场白可拉近与客户间的距离

多说“我们”少说“我”

## <<让业绩倍增的销售人脉>>

最好的表达方式是提问

产品的介绍要通俗易懂

用情趣诱导，让客户在心理上认同

不给对方太多拖延时机

赞美是说服的“加速器”

用产品的独特之处打动客户

### 第八章 慧眼识人，看清你的客户

通过衣着看透客户的为人

眼睛是心灵的窗户

表情是无言的表达

嘴巴一张一合，折射心理信息

辨明人与人之间的差异化，找准客户

不以貌取人，平等看待每一位客户

### 第九章 洞察人性，让客户源源不断

抓住客户的“从众”心理

给足客户面子就是给自己机会

告诉客户我们为他带来的利益

小礼物，“拴住”客户的心

激发客户的猎奇心理

把握客户心态和爱好，顺藤摸瓜

### 第十章 给客户留下美好的第一印象

### 第十一章 向客户展现我们的修养

### 第十二章 客户是上帝，要尽心尽力做好维护1

## <<让业绩倍增的销售人脉>>

### 章节摘录

版权页：聚财先聚人 比尔·盖茨说：“一个人永远不要靠自己一个人花100%的力量，而要靠100个人花每个人1%的力量。”

在销售行业中总有这么一类人：他们能力超群，见解深刻，才华横溢，本来可飞黄腾达，却偏偏过着清苦的日子。

这是为什么呢？

原来这些人虽有才华，却恃才傲物，认为自己比别人优秀，是销售界不可或缺的人才，正是由于狂妄自大，所以，不能很好地与周围的人相处。

慢慢地，因为没有人脉的积累和发展，最终都被埋没了。

良好的人脉网络，能帮你拓宽自己的财路，能让你在财路上走得更快更顺。

在一个讲究多赢的时代，你无法靠孤军奋战来成就大业。

人脉就是事业的命脉，你的人脉有多深多广，你的事业也就能发展到多深多广。

因此，没有人脉资源的从旁协助，光有才华也是不能发财的。

尤其在销售行业，要想财源广进，还是需要靠人脉取胜，正所谓人脉即财脉，聚财先聚人。

被誉为“台湾经营之神”的王永庆从做生意开始就非常重视建立人脉。

王永庆在刚开始做木材生意的时候，对客户条件放得很宽，往往都是等到客户卖出木材之后再结账，而且从不需要客户做任何担保。

令人惊叹的是，竟然没有一个客户拖欠或者赖账，原因就在于王永庆不但了解每一个客户的为人，也理解他们做生意的难处。

正因为有了这份信任，客户们很快就跟王永庆建立起了深厚的友谊。

不仅自己在王永庆这里订购木材，还把自己身边的朋友介绍到这来。

华夏海湾塑料有限公司董事长赵廷箴，曾经与王永庆合作过建筑生意。

有一次，赵廷箴需要大量资金周转，于是向王永庆表明自己的困难。

王永庆二话不说，立刻借给他十几根金条，还不收分文利息。

这样的举动不仅帮助了赵廷箴，还使得两人成了好朋友。

从此后，赵廷箴营造的工程上所需要的木材全都向王永庆购买，成为王永庆最大的客户。

王永庆后来回忆这段往事的时候说道：“正因为结识了木材界众多朋友，我才能在木材业迅速崛起，站稳脚步。”

后来，王永庆木材厂的生意非常兴隆，他也一直在建筑业发展。

到1946年，也就是王永庆50岁时，他已经积累了500万元的资本了。

王永庆在最初销售木材的时候，主要靠的是人脉，当人脉像滚雪球似的越滚越大、越滚越多时，自然，财富也就随之而来。

所以，人是最大的资源，不管做什么事情，都有人的因素。

被称为“赚钱之神”的邱永汉说：“失去财产，仍有东山再起的机会，失去朋友，就没有第二次的机会了。”

潜能专家陈安之在《超级成功学》著作中说：“成功靠别人而不是靠自己。”

这个观点乍听起来是有点不可思议，但是仔细琢磨，其实是非常有道理的。

只有善于借助别人的力量，顺风行船，才能最快地到达目的地。

如果想让自己的销售之路走的更加顺畅，就从积累人情，铺就人脉关系网开始吧！

那么，在销售行业中打拼，我们该如何利用人脉资源进行销售呢？

1. 抓牢原有的人脉资源，认识新朋友。

先牢牢守住一个“圈子”，朋友圈或者是同学圈，然后以此为中心，去结识更多的朋友，通过原有的人脉来发掘一些有地位和实力的人脉，以此作为自己潜在的销售对象，或者将其作为挖掘潜在客户的桥梁。

2. 有的放矢抓要害。

每个人都有亲戚、校友和乡亲，可以将这些人脉资源灵活运用于寻找客户中，迅速地扩大自己的销售

## <<让业绩倍增的销售人脉>>

对象。

自助者人助，人助者天助 人人都渴望好的机遇降临，好的机遇是可以改变我们每个人命运的，它能使人在短时间内发生翻天覆地的变化，对于销售人员来讲，机遇能够给我们带来成功，带来财富。

我们不但要学会抓住机遇，更要善于寻觅机遇、开发机遇、创造机遇。

曾经有位成功人士说：“一个人70%的机遇来自人脉。

”的确，不善于经营人脉的人，即使遇到了迎面走来的机遇，也常常会视而不见，与之擦肩而过。

我们先来看看世界上最伟大的销售人员乔·吉拉德是如何运用人脉为自己创造机遇的。

乔·吉拉德是家汽车公司的区域代理，他每年所卖出去的汽车比其他任何经销商都多。

甚至销售量比第二位要多出两倍以上，在汽车销售商中，实属鹤立鸡群。

当有人问及乔吉拉德成功的秘诀时，他坦言相告：“我每个月要寄出1.5万张卡片。

有一件事许多公司没能做到，而我却做到了，我对每一位客户建立了销售档案，我相信销售真正始于售后，并非在货物尚未出售之前……顾客没有踏出店门之前，我就已经写好鸣谢惠顾的短札了。

”乔·吉拉德每个月都会给客户寄一封不同格式、颜色信封的信(这样才不会像一封“垃圾信件”，还没有被拆开之前，就给扔进垃圾筒了)，顾客们打开信看，信一开头就写着：“我喜欢你！”

”接着写道：“祝您新年快乐，乔·吉拉德敬贺。

”2月他会寄一张“美国国父诞辰纪念快乐”的卡片给顾客……顾客们都很喜欢这些卡片。

乔·吉拉德自豪地说：“我给所有的顾客都建立了档案，我会根据他们的兴趣爱好的不同，分别给他们寄不同的卡片。

而且，给同一客户寄的卡片中，也绝不会有雷同的卡片。

”乔·吉拉德通过这些细致的工作，赢得了良好的口碑和很多回头客，而且很多顾客还介绍自己的朋友来乔-吉拉德这儿买车。

应当强调指出，乔·吉拉德的这些做法绝不是什么虚情假意的噱头，而是一种高明的销售技巧的自然流露，更是善于积累人脉，获得销售机遇的具体体现。

作为一名优秀的销售人员，在前进的路上，我们可以没有背景，可以没有光环，但是，我们不能没有经营人脉的理念。

正所谓自助者人助，人助者天助。

销售人员一旦掌握了人脉，就等于掌握了机遇和财富。

现实社会中，总有一些销售人员片面地认为让朋友帮助我们寻找客户、发现客户、创造客户，是自己能力不行的体现。

这是非常错误和危险的想法，因为在当代社会中，一个人有了人脉，就拥有了开创新天地的本钱。

如果一味抱着独自打天下的幻想，你势必会被整个销售界所淘汰。

## <<让业绩倍增的销售人脉>>

### 编辑推荐

《让业绩倍增的销售人脉》编辑推荐：人脉，就是销售工作的命脉！

2012年最新“销售人脉读本”。

每一位追求卓越业绩的销售人员，都要通过对《让业绩倍增的销售人脉》的阅读，把广积人脉的思想深植心中。

每位销售从业人员“拿来就用”的“先交朋友、后做销售”的人脉术。



<<让业绩倍增的销售人脉>>

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>