第一图书网, tushu007.com

<<情感销售>>

图书基本信息

书名：<<情感销售>>

13位ISBN编号：9787516401941

10位ISBN编号：7516401943

出版时间：2013-2

出版时间：企业管理出版社

作者：克里斯托弗C.格里斯

页数：185

字数：170000

译者：陈德金

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

前言

像所有销售人员一样，所有有关销售的书籍都应该有一个目标。
《情感销售》的目标是简单明确的。
它旨在描述一种方法，帮助你通过更好地了解客户，从而更快地完成更多地销售任务。
同理心是获取和理解他人观点的能力。
《情感销售》独一无二地讲述了怎样通过发掘潜在客户隐秘但起主导作用的需求来引起情感共鸣。
在40年的商人职业生涯中，我总是在忙于从事与销售相关的工作——做过销售员，培训过销售员，也管理过销售员。
风险投资人员花费他们一半的时间向企业家销售，花另外一半时间向机构投资人销售。
从业第一个月我得到的教训至今仍然适用：销售是一个产生情感共鸣的过程。
完成一桩生意后，更多需要探讨的是购买一种产品或者一项服务的理性因素。
所有优秀的销售人员都懂得客户决策后的任何辩解都是多余的——当决策者瞬间对产品产生需求时，销售缔结随即发生。
写作这本书的目的在于帮助你发现不同客户的多变需求，然后据此制定专门的销售策略。
包括购买者在内的每个人都是有情感的。
人们有自己的喜恶，有自己的需求。
理解并应用本书讲授的知识，你就能够提高企业的经济效益，同时从销售过程中获得自身满足感。
成功销售需要一些技巧。
为了缔结销售，销售人员必须拥有积极的情感态度并懂得如何激发情感共鸣。
他们需要全面了解自己的产品及竞争对手。
专业的销售人员也需要学习不同的销售技巧，比如电访、区域协调及处理异议。
目前，市场上有很多从不同角度讨论这些问题的销售书籍和课程，但是，《情感销售》是新颖而与众不同的。
它指导你如何分析潜在客户，运用多种线索，如他们的谈吐和衣着风格来确定他们的主导需求。
由此，你将建立起与潜在客户的情感共鸣，并学习如何调整原有的销售策略。
此后，你不仅会缔结销售，还会懂得如何与客户建立长期关系。
《情感销售》是系统化的。
它区分了多种性格类型，并且由于基于人类行为的基本原则，它既有较强的应用性又不失娱乐性，所以容易学习并掌握。
每个花费两到三天掌握此方法的人都已成为了这套体系的忠实信仰者和使用者。
销售员的成功技能是天生的还是后天练就的？
人们提出了这个疑问。
有一种性格特征能够造就“天生的”销售员。
如同变色龙可以变换皮肤颜色与外界环境相适应一样，天生的销售员也能本能地根据不同的购买个体展现不同的性格特征。
直觉并不完全可靠，专业的销售人员更愿意掌握一种使缔结销售万无一失的技能，在本书中学习到的知识可以让你对这一技能运用自如。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

像所有销售人员一样，所有销售类的指导书籍都有一个目标。
《情感销售》的目标简单明确，旨在描述一种方法，帮助销售人员通过发现潜在客户的情感驱动，更好地了解客户，与其培养情感，更快地完成更多销售任务。

潜在客户和现有客户都是有情感的，他们有自己的好恶，有不同的情感驱动。
理解和应用本书教授的知识，就能够提高企业的经济效益，同时让销售人员从销售业绩提升中获得自身满足感。

成功销售需要运用一些技巧。
当然，目前已经有很多从不同角度探讨销售技巧的书籍和课程，但是，它们却缺少实践性和科学性的模型。
《情感销售》是独一无二的，它将潜在客户分为活动家、检查者、艺术家、政治家、工程师、精明者、秩序者七种性格类型，并且准确归纳了不同性格类型潜在客户做出购买决策的情感驱动，指导销售人员如何分析潜在客户，通过谈吐、穿着风格、职位、所属企业等六种不同的线索确定他们的情感驱动。
由此，适当调整销售策略迎合潜在客户，与其建立起情感。
你不再只是完成一项销售，你还会学习如何与人交际。

情感销售是系统化的，既有较强的应用性又不失娱乐性，所以容易学习并接受。
每个花费两到三天掌握此技巧的人都会成为这套体系的忠实信仰者和使用者。

作者简介

Christopher C. Golis是澳洲情感销售、实用情商管理和风险投资领域的资深专家。

他的人生经历颇具传奇色彩：本科毕业于剑桥大学，拥有试验心理学与经济学双学位。
1973年从伦敦商学院MBA毕业后，他拒绝了麦肯锡纽约的工作机会，加入澳洲ICL公司成为一名销售人员。
第一年成功将IBM的大客户发展成ICL的全球客户并随之成为公司最优秀的销售人员。
之后他又加入其他著名企业如TNT薪酬系统和澳洲BT金融集团等任销售高层职务。

Christopher
是为数不多的将学术与实践相结合的专家:他著有三本有关情商应用的著作，有超过20000名职业经理人参加过他有关销售和领导力的培训，同时他培训的企事业客户包括花旗银行、普华永道、澳洲风险投资协会、新加坡国立科学与技术委员会、纽约金融学院及马来西亚证券学院等。
他著作的《企业与风险投资-企业家与投资家手册》是澳洲风险投资行业的必备书籍。

<<情感销售>>

书籍目录

第一部分 什么是情感销售
第一章 简介
第二章 七大情感驱动
第二部分 七种性格类型
第三章 活动家
第四章 检查者
第五章 艺术家
第六章 政治家
第七章 工程师
第八章 精明者
第九章 秩序者
第三部分 情感销售
第十章 使用技巧
第十一章 分析潜在客户
第十二章 量身定制销售陈述
第十三章 化解异议
第十四章 缔结销售技巧
第四部分 巧妙转换技巧
第十五章 多种性格组合
第十六章 自我分析
第十七章 快速性格检测
第十八章 总结
参考文献
附录性格类型总结

章节摘录

版权页： 插图： 任何缔结销售的销售人员都会很快认识到，当潜在客户突然为产品动容时，成功销售的时刻就会来临，这一时刻往往被称之为“客户上钩点”或者“击中热钮”。
所有优秀的销售人员都明白，即使你专业地运用完美的陈述介绍产品，尝试上百次缔结销售，如果客户没有在情感上认同，销售就不会成功。
人们清楚地认识到了这个销售的关键点。
几乎所有有关销售的书籍都有一部分内容讲述情感共鸣。
情感共鸣被定义为：在你的潜在客户心里投射你的个性并尝试理解他们的观点。
但是，尽管每个人都认识到了产生情感共鸣的重要性，如何与潜在客户产生情感共鸣的建议却甚少。
并且，这些仅有的建议无非是一些简单的流行语，比如“刨根问底”或者“聆听，聆听，再聆听”。
撰写本书的目的是帮助你更好地理解客户在何种情况下会为销售过程买单。
通过更好地了解自己和他人，你应该能够与客户建立起更好的关系。
另外，如果情感氛围和谐，你会拥有更好地机会为客户扮演咨询顾问的角色。
一直以来人们都相信，真正成功的销售人员是那些可以成为客户私家顾问的人。
在电子大众传媒尤其是电视引进之前，销售人员往往采用挨家挨户推销的方式销售。
不幸的是，因此销售这一职业给人留下了行骗的印象，销售人员职业技能的缺乏更导致了该职业地位的低下。
而且，对售前产品宣传力度的增加意味着销售主管降级为订单接收员和存货盘点员。
目前，这种状况正在改变。
工业产品结构更加复杂，投资额巨大。
在一家颇具竞争力的企业中，大型电脑系统的销售主管将会在两年间管理多达12人。
同时，服务型企业不断增加，现已占发达国家经济的70%。
这说明许多专业企业和新型专业企业已经雇用新的商业发展职员或者为在职员工培训销售技能。
零售行业的核心和主要购买团体的发展也意味着服务于这些团体的人们不得不提高销售技能。
另外，教育水平的总体提高使得客户权益意识增强，客户的敬畏心理消失——人们不再为上门服务和万金油销售人员的固定谈话技巧吸引。
为了销售，你必须拥有有购买意图的客户资源。
购买可被细分为三大主要情况：新任务：此时产品第一次被购买。
调整再购：此时产品或供应商正在发生改变。
常规再购：对相同产品的常规购买。
在新任务购买阶段往往充斥着竞争性。
在工业品和消费品市场中，购买者通常从搜寻信息开始。
你只需回想一下最近一次为家庭购置的新产品，如一台等离子液晶电视或是一台洗碗机。
你往往要事先做一些研究，收集一些信息，考察几家商店或者与销售人员会面商谈。
竞争压力通常源于产品的相似价格、质量和规格。
产品的特点是什么？
你最终选择了什么产品？
一般来说，成功出售产品的销售人员往往是你（或你的配偶）认为可信的人。

媒体关注与评论

Christopher写的这本《情感销售》派力毫不犹豫地决定引进出版。
因为根据派力多年的销售培训经验，我们知道这是所有专业销售人员必须掌握的基本技能，很适合企业和培训讲师们用作销售人员培训教材。
——北京派力营销管理咨询有限公司创办人，前科龙电器营销与销售副总裁屈云波　无论是大客户还是渠道销售，《情感销售》中谈及的客户性格类型分析和情感驱动发现都非常独特。
该书还深度探讨了同理心在销售中的重要性，这也是生活中非常重要的情商技巧之一！
——摩托罗拉系统(中国)有限公司中国区移动方案事业部销售总监章大胜　销售中非常重要的环节是了解客户的沟通风格及情感驱动，《情感销售》重点介绍了如何了解客户性格类型及情感驱动并在实战中如何应用，值得阅读！
作者的学术、教育背景及实战经验令书中所阐述的独特方法论非常具有说服力！
——历任意大利歌利达邮轮中同区总裁，法同雅高服务中同区董事总经理，　现任欧文风范文化艺术首席执行官刘晨军

编辑推荐

《情感销售:21世纪销售精英真正的杀手锏》真实案例津津乐道，漫画插图妙趣横生。
21世纪价值百万得到众多世界知名企业极力推崇的权威销售培训课程。
三步实现成功销售：分析客户性格—>找准情感驱动—>应用缔结技巧。

名人推荐

Christopher 写的这本《情感销售》派力毫不犹豫地决定引进出版。
因为根据派力多年的销售培训经验，我们知道这是所有专业销售人员必须掌握的基本技能，很适合企业和培训讲师们用作销售人员培训教材。
——北京派力营销管理咨询有限公司创办人，前科龙电器营销与销售副总裁 屈云波无论是大客户还是渠道销售，《情感销售》中谈及的客户性格类型分析和情感驱动发现都非常独特。
该书还深度探讨了同理心在销售中的重要性，这也是生活中非常重要的情商技巧之一！
——摩托罗拉系统（中国）有限公司中国区移动方案事业部销售总监 章大胜 销售中非常重要的环节是了解客户的沟通风格及情感驱动，《情感销售》重点介绍了如何了解客户性格类型及情感驱动并在实战中如何应用，值得阅读！
作者的学术、教育背景及实战经验令书中所阐述的独特方法论非常具有说服力！
——历任意大利歌诗达邮轮中国区总裁， 法国雅高服务中国区董事总经理，现任欧文风范文化艺术首席执行官 刘晨军

第一图书网, tushu007.com

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