

<<商商>>

图书基本信息

书名：<<商商>>

13位ISBN编号：9787542919168

10位ISBN编号：7542919164

出版时间：2007-10

出版时间：立信会计出版社

作者：周利生

页数：375

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>

<<商商>>

内容概要

“商商”意为“经商商数、经商之商”，或“经商素质、经商智慧”，是专门研究经商成功的学问。作者在多年的营销实践和丰富的外企专业培训经验的基础上，从专业的标准，提出“商商”这一经商之商的独特理念和职业销售人员必须经久锤炼的二十八商（激商、亏商、学商、健商、展商、幽商、酬商、时商、调商、培商、思商、通商、说商、应商、创商、忠商、情商、逆商、财商、信商、机商、省商、法商、护商、快商、策商、赋商、德商）。

本书通俗、实用、精练、全面，引经据典、案例翔实地从全新的角度和层面探索经商的成功之路和经商成功者的特质，意在抛砖引玉，引起社会的重视，大家都来研究“商商”，让“商商”为全民所用，为广大创富者提供帮助。

作者简介

周利生，男，1962年出生于上海。

1985年毕业于上海第二军医大学医疗系，获学士学位。

自此从事临床工作十年，1992年晋升主治医师，获得国家专利两项。

1995年从事医药营销至今十二年，前五年在全球著名外企从销售代表升至销售主管、区域经理；2000年出任重庆知名民企销售总监，2004年又任上海某知名生物制药企业营销副总。

1999年兼任中国药科大学大学生科技协会名誉顾问。

现任上海弘联医学教学仪器有限公司副总经理，上海复旦生物科技有限公司南京推广中心名誉总监，北京时代方略企业管理咨询公司特约讲师，上海市国资委党校、上海市经济管理干部学院特约讲师，上海邦智商务咨询有限公司特约商务谈判讲师，上海拓普信息学院特约企业导师，商商研究会学者。

2006年创立“商商”理念。

书籍目录

- 第一章 职业销售生涯 第一节 当代职业经理人 一、经理的含义 二、职业经理的作用 三、职业经理的应有素质 四、职业经理的角色 第二节 天生我才做销售 第三节 人的本质及关系 一、自利是人的本质 二、难以违抗的人生法则 三、互助促进人类发展 第四节 启动职业销售生涯 一、直面人生,笑迎压力 二、自尊自强,充满激情 三、自利利人,做事先做人 第五节 基本人生理念 一、人生达摩 二、销售态度 三、正性心态 四、打工为公 五、渴望成功 六、终生学习 七、诚实守信 八、有效拜访 九、求真、求是、求圆满 十、你赢、我赢、大家赢 十一、专业化、学术化、规范化 十二、你是独一无二的品牌
- 第二章 产品推广技巧 第一节 满足需要的推销方法 一、满足需要的销售原理 二、辨别客户的需要 三、成功的业务拜访 四、优秀的业务代表 五、个性化的消费新时代 六、时代的新要求 第二节 人的需要和性格模式 一、人的需要 二、个人需要自我测评 三、性格分析模式 第三节 推销的基本过程 一、开场白 二、了解情况 三、利益说服 四、达成协议 第四节 实战技巧 一、微笑的技巧 二、开场白的技巧 三、赞美的技巧 四、聆听的技巧 五、询问的技巧 六、确认的技巧 七、说服的技巧 八、成交的技巧 九、赠送的技巧 第五节 销售的诀窍 一、销售的本质 二、满足客户需要的秘密 三、销售成功的秘诀
- 第三章 客户拓展策略 第一节 客户需要和相应策略 一、个人需要和机构需要 二、客户需要的影响因素 三、个人需要和机构需要的相互关系 四、满足个人需要的策略 五、满足机构需要的策略 六、满足客户需要的“禁忌” 第二节 客户关系和相应策略 一、客户关系 二、关系策略 第三节 客户角色和相应策略 一、客户角色 二、客户的角色成分及其转化 三、决策角色和关系 四、个人需要与决策过程 五、角色策略 第四节 销售因素和相应策略 一、客观因素 二、因素分类 三、因素策略 第五节 创造需求的拓展策略 一、分析因素以寻找机会 二、引导客户以创造需求 三、说服客户以达成销售
- 第四章 锤炼经商之商 第一节 自我激励能力(激商) 一、能力与潜力 二、暗示效应 三、自我激励 第二节 吃亏犯傻能力(亏商) 第三节 学习提高能力(学商) 一、博采众长 二、善于学习 第四节 强身健体能力(健商) 一、了解自己的身体状况 二、选择合理饮食 三、坚持锻炼身体 四、迅速消除疲劳 五、评估运动强度 六、注意个人卫生 七、掌握急救常识 八、保持心理健康 第五节 展示自我能力(展商) 一、外形 二、语言 第六节 幽默感染能力(幽商) 一、幽默是批评中的调味剂 二、幽默有利于自我推销 三、幽默是自我辩解的增效剂 四、幽默是拒绝中的温柔一刀 五、幽默助人有效反驳 六、幽默更能赢得支持 七、幽默可使询问得体 八、幽默是寓庄于谐的领导艺术 第七节 社交应酬能力(酬商) 一、应酬是人生的必修课 二、应酬三要领 三、应酬的精髓在于抓住对方心理 四、应酬要迎合别人的兴趣 五、应酬要引起对方好感 六、应酬要循序渐进 七、应酬要措辞得体 八、应酬电话ABC 九、应酬得法事业兴旺 十、应酬失败的原因 第八节 时间运筹能力(时商) 一、时间观念 二、回收“被偷去的时间” 三、时间管理的基本原则 四、时间管理不善的原因 五、轻重缓急体系 六、影响时间感受的因素 七、提高时间效率 第九节 协调组织能力(调商) 一、协调组织的一般程序 二、协调组织需注意的问题 第十节 培训员工能力(培商) 一、培训的对象和内容 二、培训的目标和宗旨 三、培训的形式和方法 四、培训师的素质要求 五、培训师应具备的观念 六、自我培训 第十一节 逻辑推理能力(思商) 一、判断的基本知识 二、推理的基本知识 三、三段论 四、逻辑基本规律 五、探索因果联系的基本方法 六、常见逻辑错误 第十二节 沟通交流能力(通商) 一、沟通的目的 二、沟通的层次 三、沟通的基础理论 四、沟通的风格模式 五、沟通的方法 第十三节 商务谈判能力(说商) 一、谈判目标 二、谈判技巧 三、谈判策略的运用 第十四节 应急变通能力(应商) 一、察觉变化 二、顺应变化 三、抢占先机 四、应变能力测试 第十五节 创新发展能力(创商) 一、创商的作用 二、创商的特点 三、创造力评估 四、创造型人才 五、提高创造力的方法 第十六节 管理大象能力(忠商) 一、大象的特征 二、做好大象交代的事 三、使大象轻松愉快 四、把握适当的原则

<<商商>>

五、回避 六、选择大象 七、成为大象 第十七节 情绪控制能力(情商) 一、情商初探 二、情感判读 三、待人情商 四、管理中的情商 五、情绪管理 第十八节 逆境求胜能力(逆商) 一、逆境极具重要的功能 二、提高逆商,迈向成功 第十九节 资源开发能力(财商) 一、人才 二、资金(财务和财务管理) 三、物力 四、技术 五、网络 六、信息 七、关系 八、信用 九、品牌 十、管理 第二十节 信息采用能力(信商) 一、快速获取信息 二、充分利用信息 三、时时留心,处处用心 四、发挥管理信息系统的作用 第二十一节 借机发挥能力(机商) 一、当代中国名人把握机会的特点 二、机遇选择有准备的头脑 三、充分发挥机遇的发酵作用 四、当代中国企业家对机遇的把握和运用 第二十二节 反省求批能力(省商) 一、人非圣贤,孰能无过 二、经常反思,闻过则喜 三、有错必纠,轻装前行 四、重在防范,决不再犯 第二十三节 守法用法能力(法商) 一、知法 二、守法 三、用法 第二十四节 自我保护能力(护商) 一、防范亲近者的伤害 二、注意生意上的自我保护 第二十五节 快速制胜能力(快商) 一、把握时机 二、利用冲劲 三、避免拖延 第二十六节 决策谋划能力(策商) 一、决策的含义 二、决策的类型 三、决策的一般程序 四、决策的影响因素 五、决策过程中的注意事项 六、决策方法 第二十七节 天赋优化能力(赋商) 一、正确看待天赋 二、了解自我,判断“后赋” 三、优化天赋,超越自我 第二十八节 商德修养能力(德商) 一、商业道德 二、德商的提高 三、德商的本质主要参考文献后记

编辑推荐

《商商》源于笔者多年的营销实践、丰富的外企专业培训和科学管理经及业余的大量阅读和思考，从“以人为本”的视角，发现了满负荷，全速度，真回报的个人和企业共同发展的黄金通路，从“以客户为中心，以市场为导向”的出发点，揭示出“商商”这一经商之商的独特理念和职业销售经理必须经久锤炼的二十八商，力求通俗、实用、精练、全面。

《商商》共分四章，职业销售生涯、产品推销技巧、客房拓展策略、锤炼经商之商详细研究了从商的成功之路和经商者的成功特质。

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>