

<<推销王>>

图书基本信息

书名：<<推销王>>

13位ISBN编号：9787545415407

10位ISBN编号：754541540X

出版时间：2012-10

出版时间：广东经济出版社有限公司

作者：肖晓春

页数：200

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>

## <<推销王>>

### 内容概要

销售是天下最有前途的终生职业，全世界几乎每一个大老板都干过销售，甚至一辈子都在做销售；每一个大人物都是自我销售的高手，他们通过销售积累经验和财富，通过销售拓展人脉和事业。

《推销王(从销售新手到业绩冠军)》专为销售新手量身定做，赋予销售新手战无不胜的决心与实用技巧，帮助销售新手解决工作中的实际问题，确保看了就会、会了能用，用了便出效果，因此既可用作销售新手的集体培训教材，又可作为个人案头的指路明灯。

《推销王(从销售新手到业绩冠军)》作者肖晓春，品牌营销顾问、业绩提升专家。

## 作者简介

肖晓春，品牌营销顾问、业绩提升专家。

长期致力于为品牌注入文化灵魂、提高产品附加值的研究与应用，帮助企业实施品牌文化营销策划，赋予品牌载体的产品文化内涵，并以喜闻乐见的品牌故事、产品解说方式诠释品牌文化，低成本、高效率推广品牌并提高附加值。

十多年以来，肖老师深入调研数以千计的门店终端，总结出最常见又难以应对的销售服务典型问题或情景，提供完全针对性的问题解决策略以及令顾客满意的销售服务妙语，配合“实战培训+执行顾问+现场教练”的顾问式培训模式，实现快速、持续地业绩提升。

肖老师广受欢迎的培训课程有：“汽车销售实战情景训练”、“汽车销售天龙八步”、“汽车代理经销商超级赢利模式”以及为汽车企业、4S店、汽车美容店及维修服务站量身定做“销售服务沟通解决方案”、“门店业绩提升解决方案”以及“连锁店督导与培训解决方案”等。

## <<推销王>>

### 书籍目录

#### 第一章 观念心态——销售未开始就决定成败

- 一、浴火重生：不当总统就做销售员
- 二、销售是帮人助己最好的事业
- 三、今朝放下面子，明日才有面子
- 四、“新手”更有“新”优势
- 五、会销售就有成为亿万富翁的可能

#### 第二章 礼仪形象——营造第一印象

- 一、礼仪是销售员的最好包装
- 二、穿出职业扮出风采
- 三、体态语，无声亦可胜有声
- 四、销售员的见面“礼”
- 五、面谈中的礼仪
- 六、电话、信函、邮件样样有礼

#### 第三章 电话销售——看不见的客户看得见的交易

- 一、一线万金的电话销售
- 二、销售电话的准备活动
- 三、电话接通后至关重要的三件事
- 四、有效排除电话障碍
- 五、电话跟进

#### 第四章 客户开发——开对门找对人

- 一、认识客户认识市场
- 二、寻找客户的原则
- 三、找瓜先找藤
- 四、顺藤摸瓜
- 五、客户也要评估

#### 第五章 销售拜访——第一次亲密接触

- 一、拒绝无准备的拜访
- 二、第一次拜访
- 三、主导拜访气氛和话题
- 四、拜访客户有策略
- 五、拜访时不可忽视的问题

#### 第六章 销售陈述——用聪明的方式说聪明的话

- 一、认知销售陈述
- 二、怎样陈述产品利益才能打动客户
- 三、语言介绍先声夺人
- 四、销售示范后发制人
- 五、陈述尴尬不尴尬

#### 第七章 异议处理——化解上帝的抱怨

- 一、异议是销售的开始
- 二、异议的家族成员
- 三、遭遇异议怎么办
- 四、将异议处理进行到底
- 五、异议不可承受之轻

#### 第八章 促成交易——敲下你的成交锤

- 一、看准时机再收网

<<推销王>>

- 二、交易就是这么促成的
- 三、跟客户玩点“花样”
- 四、那些挡在成交前面的栅栏
- 五、销售陷阱和客户链接

## &lt;&lt;推销王&gt;&gt;

## 章节摘录

· 销售是销售人员和客户之间的双向沟通，是双方情感交流及心理活动的过程； · 销售的核心是耐心说服和正确引导客户的购买行为； · 销售的目的在于满足客户生理或心理需求并实现企业目标。

销售是一份既可以满足别人需求，又可以满足自身需要的工作，销售员也是最有理想和追求的一类人，并不像社会上认为的那样，做销售是“逼上梁山”或“走投无路”。

小刘名牌大学硕士研究生毕业后，到一家电脑软件公司应聘销售员。

面试他的人事部负责人开门见山地问：“你是名牌大学硕士研究生，怎么想到要来做销售？”

负责人在脑袋里替小刘想了很多其他出路：怎么不出国？

怎么不接着读博士？

怎么不留在学校教书？

怎么不去研究所？

怎么不做技术研发？

怎么不找个机关待着？

在别人眼里有无数更好的出路，但在小刘眼中，销售就是最好的出路，是通往成功的路。

几年之后，这个做销售的硕士研究生写了一本书，告诉大家销售虽然没有直接创造价值，但产品的价值只有通过销售才能为人们认识，才能体现自身价值。

社会对销售的认识有很多误区。

销售员的工作并非简单出售产品，而是在客户和产品之间建立一座信息流畅的桥梁，将生产线上的产品变成商品实现流通，在满足客户需要的同时，为企业和自身赢得利益。

销售工作推动生产和消费，是经济发展不可或缺的职业。

销售是光荣的职业 · 销售是企业经营的最后一个关键环节，假如没有销售人员，产品就不能销售，企业也就无法生存。

· 销售工作实现了企业收益，只有通过产品销售，才能带来利润回馈。

· 销售人员代表企业与客户建立良好关系，不仅为客户解答疑难，还提供优质服务。

· 销售人员反馈的意见促进企业新商品的研制和开发。

销售员在实现商品价值的同时，也帮助人们买到了自己需要和喜欢的产品。

可以说，销售人员是问题的解决者，这也是作为一名销售员最值得骄傲的地方。

有个闭塞的小山村，村民世代居住在那里，从来没有见过外面的世界。

一天，来了一个销售员，他看到一个放牛娃，就问：“你为什么放牛？”

放牛娃说：“为了娶媳妇。

销售员又问：“娶媳妇干什么？”

“为了生孩子。

“生孩子又干什么呢？”

“生孩子再放牛。

销售员听完以后，说服年轻的村长买了一辆自行车。

年轻人骑着自行车到了很远的地方，看到了外面的世界，从此小村庄日新月异，再也没有为放牛而放牛的孩子了。

销售员把客户和商品连接起来，商品出售只是价值的一个方面，另一个方面是把需要的商品卖给需要的人。

正如上面所说，销售员比村民更知道他们需要什么，接着提供商品。

这不仅实现了自行车载人远行的价值，还改变了整个村庄的生活面貌。

销售是一种创意式的工作，一个优秀的销售员要做消费者的顾问，站在客户角度，为客户的利益出谋划策；销售员也是医生，把自己的产品和服务当成最好的药方，以解决客户的各种难题；同时，销售员又要像个专家，不断给客户最恰当的建议，包括物质的和精神的。

客户和销售员之间也不只是产品的流动，还是精神上的交流。

根据销售员工作的特点，总结出销售工作“三境界”： · 第一境界，卖出产品的销售员。

## <<推销王>>

- 第二境界，销售自己的销售员。
- 第三境界，创造希望和梦想的销售员。

处于第一境界的销售员让产品实现了价值，第二境界的销售员实现了自己的价值，第三境界的销售员让客户知道自己有价值。

真正的销售员不仅是把产品卖给客户，也不是让客户接受你，而是因为产品和你让客户产生希望，享受生活的乐趣。

销售员是一个光荣的职业，在实现自身价值的同时还有更多的机会去帮助别人，给大家的生活带来阳光，并用积极的态度影响人们的世界观和人生观。

P5-7

#### 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>