

<<金牌销售员>>

图书基本信息

书名：<<金牌销售员>>

13位ISBN编号：9787546402147

10位ISBN编号：754640214X

出版时间：2010-9

出版时间：成都时代

作者：周志轩

页数：123

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>

## <<金牌销售员>>

### 内容概要

把重点放在对销售人员基本素质和基本技巧的培养上，同时又精心收录来自市场第一线的鲜活讯息，涵盖最新的销售方法与实战理念。

招招紧扣成交，招招落到实处。

其目的就在于帮助销售人员切实练好功底，拒绝失败的借口，真正做到用业绩说话，同时也有力地解决企业中普遍存在的“中场盘带过多，欠缺临门一脚”的问题。

实战、有效、会做成交才是硬道理！

## <<金牌销售员>>

### 作者简介

周志轩

经济学博士

清华大学、中山大学、深圳大学、北京工商大学客座教授

国际职业培训师协会理事

麦肯锡咨询公司Mckinsey、科特勒营销集团KMG中国合作伙伴

为超过八百家企业进行咨询式培训

亲自为三十五家国内知名大型企业主持战略规划、人力资源、市场营销等咨询项目

十二家大型上市企业的常年管理顾问

中国咨询式培训第一人

曾历任中国平安集团公司战略发展中心项目负责人，负责集团综合开拓、销售体制改革、人力资源改革等。

集团市场部经理，负责公司整体业务的组织与推动、员工队伍的培养与训练。

是不可多得的具备丰富实战经验的管理大师。

## <<金牌销售员>>

### 书籍目录

开篇寄语第一章 销售的基础知识 一、销售基础知识概述 二、销售人员必须了解的基本销售方式第二章 销售人员的个人素质 一、销售人员的商务礼仪 二、良好的自身修养 三、加强心态修炼 四、扎实的专业知识第三章 如何寻找目标客户 一、做好市场调查 二、寻找目标客户 三、建立客户资料档案 四、如何接近客户第四章 如何挖掘客户的真实需求 一、了解客户需求的方式 二、怎样挖掘客户的潜在需求 三、与客户保持紧密联系，赢得客户好感 四、如何应对不同类型的客户第五章 如何通过产品展示赢得客户 一、产品展示应注意的原则 二、用创意的展示带动销量第六章 如何促成交易 一、促成交易的技巧和原则 二、促成销售应该注意的问题 三、向大师取经：世界销售大师的成交技巧 四、交易之后进行经验总结第七章 如何做好货款回收 一、预防拖延付款的策略 二、回收账款的方式 三、第一时间有效收款的诀窍 四、收款期间应注意的细节第八章 做好售后服务，实现持续发展 一、做好售后服务，留住老顾客 二、拓展客户群

## &lt;&lt;金牌销售员&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：1.什么是销售营销大师菲利普·科特勒曾说：“市场营销最简短的解释是：发现还没有被满足的需求并满足它。

这是一个整体思维体系，你的成功不是做别人已经做成功的事，而是找到人们想买却只有你能卖的东西。

”从营销的定义中，我们一起来总结销售的定义。

什么是销售呢？

简单说来，销售就是介绍商品所能提供的价值，以满足客户特定需求的过程。

这里的商品当然包括有形的商品及无形的服务。

满足客户特定的需求是指客户特定的问题被解决，或者客户特定欲望的达成(被满足)。

要让客户的这种特定需求得到满足，只有靠提供能够符合客户利益的特定商品。

简言之，销售就是一个从目前状况中发现需求并通过销售的行动来满足这些需求，解决目前状况，从而为顾客获取最佳的理想状况的过程。

因此，需要有人找出商品所能提供的特殊价值，满足客户的特殊需求。

这就决定了需要有销售人员的存在。

2.营销、推销、销售的区别营销是一个宏观概念，销售则是一种微观上的概念，因此，销售与营销是不同的。

销售是指推销产品的一种活动或过程，是营销的一个组成部分。

营销的概念还包括市场推广、广告宣传、品牌树立等。

销售所实现的往往是短期目标或当期目标，而营销所追求的却不仅有短期目标的实现，更有长远目标的延伸和积累；销售所实现的目标是有形的，营销所实现的目标是无形的，但却是有力的。

如果企业的市场营销人员搞好市场营销研究，了解并满足顾客需要，搞好促销等市场营销工作，那么不用费力推销，产品也可以较容易地销售出去。

推销只是市场营销的一部分，是企业围绕商品销售展开的各项活动，一般是指人员推销。

推销重在产品，着重于卖方需要；营销则重在服务，着重买方需要。

推销是企业市场营销人员的职能之一，但不是其最重要的职能。

如菲利普·科特勒指出的，推销不是市场营销最重要的部分，而只是“市场营销冰山”的尖端。

推销需要先生产后销售，营销则注重先需要后生产；推销需要通过销售来获得利润，营销则通过赢得顾客满意来获得利润；推销是战术，营销是战略。

从上面的比较和分析，我们可以看出：销售、营销、推销之间有区别也有联系，所以销售人员应该对三个概念有清楚的认识。

本书着重于对销售人员的销售技能进行培训以得到提高，所以三个概念都会涉及到。

## <<金牌销售员>>

### 编辑推荐

《金牌销售员》：华为、联想、TCL、万科、华润……800家高端企业选用，中国百家知名企业选用的金牌课程，成效高于一切！

搞定大客户，攻城略地，掌握竞争最有效武器，管事学博士，实战型销售大量实践经验总结，成功晋升营销精英阵营。

一本销售人员素质培养与销售实务技巧的著作，系统介绍了一整套易学易用的销售知识与方法，包括销售基础、个人素质提升、寻找目标客户、挖掘客户需要、促成交易、货款回收等，是各类企业培训或有志从事销售工作人士的必修课。

即学即用，即这即通，促成成交，销售宝典，基于现实，实现的实战操作手册。

<<金牌销售员>>

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>