

<<你在营销中最可能犯的106个错误>>

图书基本信息

书名：<<你在营销中最可能犯的106个错误>>

13位ISBN编号：9787563934294

10位ISBN编号：7563934294

出版时间：2013-3

出版时间：北京工业大学出版社

作者：银浦

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>

<<你在营销中最可能犯的106个错误>>

前言

推销业虽然以其独具一格的魅力和光明前景吸引了越来越多的优秀人才投身其中，但并非每个推销员都能获得成功。

在这个竞争激烈的领域里，无论是一位久经沙场的老销售员，还是一位初出茅庐的新手，都会或多或少地碰到一些难题，遇到一些困惑，都会在不知不觉中犯一些错误。

或是用了错误的方法，或是说了错话……总之，由于一时的疏忽，前功尽弃，最终徒劳无获。

本书基于此点，指出了推销中容易出现的种种失误，并分析原因，告诉推销员的工作方法和技巧。

文中所介绍的推销员常犯的错误的，是在分析国内无数推销前辈和推销人员失败教训的基础上得来的，可以让推销员引以为戒，避免犯错误，少走弯路，以便获得更大的成功。

本书提出推销员最容易犯的106个典型的错误，对于推销员来说有很大的警醒作用。

例如：对自己没有信心，限制自我能力发挥；客户面前低三下四，失去尊严丢订单；不为客户着想，死缠滥打吓跑客户；走不出失败的阴影，陷入不断失败的泥潭；缺乏耐心，放弃者难以获得成功；骄傲自满，原来的成就成绊脚石；没有明确的目标，无的放矢难突破；面对顾客三心二意，让顾客缺少应有尊重；“我不可能做到”，负面信息销蚀挑战勇气；看不到市场需求点，创造业绩全凭运气等等，这些错误对推销员的推销工作都有警示的作用。

读完本书，你会发现自己进入了另一个新境界，对推销工作有了更深一层的理解，推销对你来说变得容易了许多。

少犯错误就等于多成功。

你会从本书中受到启发，知道什么该做，什么不该做。

你的推销之路会走得更踏实、更稳健。

如何从别人的错误中获取成功的密码，作出更完美的决策，这才是“错误”教给你的课程。

人生在世，唯有少犯错误，才能走上成功之路。

<<你在营销中最可能犯的106个错误>>

内容概要

《你在营销中最可能犯的106个错误》由银浦编著。

在营销这个竞争激烈的领域里，无论是一位久经沙场的老销售员，还是一位初出茅庐的新手，都会或多或少地碰到一些难题，遇到一些困惑，都会在不知不觉中犯一些错误。

《你在营销中最可能犯的106个错误》基于此点，指出了推销中容易犯的种种错误，并分析原因，让推销员引以为戒，避免犯错误，少走弯路，以便获得成功。

<<你在营销中最可能犯的106个错误>>

书籍目录

一对自己没有信心, 限制自我能力发挥 / 1 二顾客面前低三下四, 失去尊严丢订单 / 3 三不为顾客着想, 死缠滥打吓跑顾客 / 6 四走不出失败的阴影, 陷入不断失败的泥潭 / 9 五缺乏耐心, 放弃者难以获得成功 / 12 六骄傲自满, 原来的成就成绊脚石 / 15 七没有明确的目标, 无的放矢难突破 / 17 八面对顾客三心二意, 对顾客缺少应有尊重 / 20 九“我不可能做到”, 负面信息销蚀挑战勇气 / 22 十看不到市场需求点, 创造业绩全凭运气 / 26 十一对产品认识不清, 无法解除顾客疑虑 / 28 十二只顾眼前业绩, 断绝后续利润源头 / 30 十三没有进取心, 在未流推销员行列徘徊 / 33 十四不相信自己的产品, 让顾客心生怀疑 / 36 十五满足已取得的成绩, 危机在安逸中降临 / 38 十六不会“说话”, 生意泡汤 / 41 十七不能及时处理手头工作, 无法创造效益 / 44 十八不敢正视竞争, 在逃避中降低销售业绩 / 46 十九对顾客一无所知, 盲目行动遭拒绝 / 48 二十缺乏工作激情, 无法缩短与顾客间的距离 / 50 二十一不注重自己的仪表, 导致产品贬值 / 53 二十二忽略顾客亲友, 生意难免受损 / 56 二十三不适宜打破沉默, 让顾客心中反感 / 59 二十四在困难面前退缩, 在成功的大门前止步 / 62 二十五缺少推销技巧, 无法引起顾客兴趣 / 65 二十六虚情假意, 降低顾客心目中的信任度 / 67 二十七做事无计划, 焦头烂额成效少 / 70 二十八不了解顾客需求, 碰运气碰一鼻子灰 / 72 二十九不善分析市场, 看不清“潜力股” / 75 三十以貌取人, 推开顾客 / 78 三十一举止粗俗无礼, 在无形中得罪顾客 / 80 三十二不懂倾听, 忽略顾客感受失生意 / 83 三十三过分夸大产品功效, 顾客心中存疑惑 / 85 三十四被情绪左右, 喜怒形于色, 吓退顾客 / 87 三十五忽略第一印象的作用, 关闭继续沟通的门 / 90 三十六小看名片的力量, 细节决定了成败 / 93 三十七表情严肃沉重, 让顾客感到压力 / 97 三十八停止学习, 在原来的圈子内画圈 / 100 三十九缺乏亲和力, 无形中与顾客拉大距离 / 103 四十缺乏幽默感, 气氛沉闷无法顺利交流 / 107 四十一语言华而不实, 难以使顾客信服 / 109 四十二管不住自我, 因生活放纵而荒废事业 / 111 四十三说话太过直接, 让顾客感到尴尬 / 114 四十四对顾客困难视而不见, 追求业绩而丢失顾客 / 117 四十五不能调整心态找原因, 不断重复同样的错误 / 120 四十六不给顾客说话机会, 喋喋不休招人烦 / 122 四十七过分热情, 让顾客不知不觉中提高警惕 / 124 四十八无法面对突发情况, 从而导致推销失败 / 127 四十九电话预约不得体, 刚刚开口便遭拒绝 / 130 五十不妥善安排时间, 忙忙碌碌难出成效 / 133 五十一马虎大意弄错目标, 造成交谈气氛尴尬 / 137 五十二等生意上门, 看不到顾客潜在的需求 / 140 五十三直奔主题谈推销, 太过唐突被挡门外 / 142 五十四闲置辅助推销工具, 降低了说服的力度 / 144 五十五不注意自己的小举动, 得罪顾客失订单 / 147 五十六受常式思维的局限, 无法创造更好的业绩 / 149 五十七不善缔结人际关系, 顾客资源狭小 / 151 五十八缺乏主动性, 成功不会属于等待机会的人 / 154 五十九寻找不到顾客, 卖不出去产品 / 156 六十不懂提问技巧, 给顾客提供拒绝机会 / 159 六十一报价欠缺技巧, 令顾客望而却步 / 163 六十二与顾客辩理, 言语过激两败俱伤 / 166 六十三迫切希望成交, 让顾客觉得不值得信赖 / 168 六十四不知做出适当让步, 陷自己于两难困境 / 171 六十五内心过分担忧, 限制自我能力发挥 / 173 六十六约见电话目的含糊, 引起反感被拒绝 / 177 六十七对成交表现过于急切, 处处被动 / 179 六十八服务自从成交后停止, 有损公司和自我形象 / 182 六十九会说不会听, 找不到顾客的抗拒点 / 185 七十不善表达对顾客的感激之情, 冷落顾客遭抛弃 / 188 七十一有礼却无“理”, 好心办坏事 / 191 七十二赞美言不由衷, 适得其反遭人厌 / 195 七十三不懂放弃, 坚持变成固执 / 197 七十四视顾客异议为刁难, 处理方式不当成仇人 / 199 七十五售后服务有名无实, 顾客无法得到真正满足 / 203 七十六开场白乏味, 希望被扼杀在摇篮中 / 205 七十七不会套近乎, 拉不近与顾客之间的距离 / 208 七十八说话语气冷冰冰, 让顾客主动逃避 / 211 七十九找借口不找办法, 引来不满和抱怨 / 213 八十不善察言观色, 得罪顾客反埋怨 / 217 八十一凡事只看表面, 主观臆断丧失良机 / 220 八十二有错不改, 失去顾客信任 / 222 八十三只拜访一次, 成不成交靠运气 / 224 八十四雾里看花, 看不清决策人 / 226 八十五因“不”而止步, 无法真正明确顾客意图 / 229 八十六遗忘修身养性, 不良的生活习惯毁前途 / 233 八十七无法引用具体事例, 言语空洞无说服力 / 236 八十八不懂谦虚, 让顾客缺少优越感 / 239 八十九不考虑顾客是否方便, 自作主张吃闭门羹 / 241 九十看不上小顾客, 忽视小顾客的消费增长力 / 243 九十一按教条办事, 无法打破自我发展局限 / 245 九十二无视顾客抱怨, 让顾客感受不到尊重 / 247 九十三全盘托出, 丧失主动 / 251 九十四犹豫不决, 抓不住时机 / 254 九十五不给顾客考虑时间, 打乱顾客购买流程 / 257 九十六千篇一律待顾客, 毁掉了到手的大订单 / 260 九十七圈地不种地, 没

<<你在营销中最可能犯的106个错误>>

法形成固定的顾客群 / 263 九十八轻言放弃，对顾客的潜在需求缺乏信心 / 267 九十九过度谦卑，顾客对你失去信心 / 270 一百产品介绍生硬，抓不住顾客兴奋点 / 274 一百零一不提成交请求，丧失成交主动权 / 277 一百零二思维僵化，不为顾客提高购买理由 / 280 一百零三不善说“不”，不敢拒绝顾客无理要求 / 283 一百零四目标分散，让顾客无从选择 / 286 一百零五乱用激将法，让顾客很反感 / 290 一百零六敷衍推诿，对顾客的关切爱理不理 / 292

<<你在营销中最可能犯的106个错误>>

章节摘录

版权页：一对自己没有信心，限制自我能力发挥在推销的过程中，并不是推销员与自己所接触的每一位顾客都能成交，遭到拒绝是再正常不过的事情。

然而，事实上大多数的成交便是建立在顾客的这种拒绝之上的。

你只有相信自己能够有信心去消除这种拒绝，有能力解决这些问题，我们便可以获得成功。

可惜的是，在现实中，许多推销员并没有认识到这一点，而是在经历了一两次被拒绝之后，便对自己产生了怀疑，向自我输入了一种负面心理：我没有能力做好这件事情，试想这样又怎么能取得好的业绩呢？

中关村某财务软件公司有一位叫贾荣的推销员，上班第一天就信心百倍地出去推销财务软件，结果吃了闭门羹。

他失望极了，回到公司向部门经理诉苦：“经理，在那家公司推销是根本不可能的事情，我一去就被拒绝了。

而且我觉得我根本做不了推销工作，不适合做推销员。

”经理鼓励他说：“你不要这样不相信自己，你为什么不再试一试呢？”

”第二天，贾荣抱着试试的心理又去那家公司，他告诉自己要争取向每一个人推销的机会。

可是，在和顾客谈话的过程中，“我不适合做推销员”的念头不停地在脑海里闪现。

他越来越没有了信心，最后沮丧地离开了那家公司。

工作中有许多推销员像贾荣一样，他们曾经意气风发，为成功而努力奋斗，但是事情不尽如人意，几次打击之后，便开始怀疑自己的能力，丧失了信心和勇气，渐渐形成了懦弱、不敢拼搏的心态。

害怕去面对顾客，害怕面对工作中的所有问题，从而不断降低自己的期望值，最终变得无所作为。

著名的“跳蚤变爬蚤”的实验相信大家听说过，跳高冠军跳蚤之所以在被玻璃罩罩住之后，一次次降低跳跃高度，最后即使拿走了玻璃罩它也只是在原地爬而不跳，就是因为它认定自己跳不出玻璃罩。

这就是众所周知的“自我设限”论。

推销员一旦戴上“自我设限”的帽子，是无论如何也不会推销成功的。

正确方法：（1）认识自己自古道：人有自知之明，一个人只有认识自己，了解自己，才能扬长避短，发挥自身优势。

作为推销员，这一点显得尤为重要。

你只有真正认识自己，了解自己，才能客观准确地评价自我，不断地完善自身。

（2）赞美自己任何一个人都希望得到别人的赞美，这是人类的天性。

当一个人受到赞美时，他的内心就会产生一种超乎想象的力量，并由此而做到很多原以为不可能做到的事情。

但是，对推销员来说，得到的赞美机会很少，更多的是要面对顾客的责难、讥讽、嘲笑。

没有人为你喝彩时，你要学会自己给自己鼓掌，学会赞美自己，坚强地面对一切挑战。

当你赞美自己时，你的精神状态是积极的，这样就能有效地激励你去好好努力工作。

这种赏识自我的心态也会让你走出自我设限的误区。

<<你在营销中最可能犯的106个错误>>

编辑推荐

《你在营销中最可能犯的106个错误》由北京工业大学出版社出版。

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>