

<<销售学的诡计>>

图书基本信息

书名：<<销售学的诡计>>

13位ISBN编号：9787564039929

10位ISBN编号：7564039922

出版时间：2011-3

出版时间：吴宏彪 北京理工大学出版社 (2011-03出版)

作者：吴宏彪

页数：288

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>

<<销售学的诡计>>

内容概要

《销售学的诡计》由吴宏彪所著，汲取了古今中外商场赢家的智慧精华，容纳了中外创富高手的独门绝招。

《销售学的诡计》深入浅出。

采用一个个经典的小故事，阐述市场销售中的种种“诡计”。

《销售学的诡计》最想告诉读者的便是，如果想在当今的销售市场中成为大赢家。

靠的不是勤奋，不是节俭，更不是什么高深莫测的理论，而是自己的头脑和智慧。

有了只属于你自己的机会和方法，想不发财都很难。

<<销售学的诡计>>

作者简介

吴宏彪，大学教师，资深企业管理顾问，培训师，北京博士德管理顾问有限公司资深顾问。大学毕业分配至空军，离开军队后先后任职于飞利浦等跨国企业，历任各类中高级管理职务。与《细节决定成败》作者汪中求合著管理畅销书《精细化管理》，其个人著有《向军队学管理》《核心价值观》《求职营销》等畅销书。为国家电网公司、中国移动、中国联通、清华同方、建行、中行、工行、招行等许多大型企业和机构做了上百场专业培训，是北京大学、清华大学、浙江大学等大学EMBA、MBA、总裁班等特聘教授，担任国内多家企业管理顾问。

<<销售学的诡计>>

书籍目录

第一章 揭开销售中“第一印象”的面纱虚怀若谷，善念永存第一印象背后隐藏的真相不简单和不容易
商机潜伏在细节中销售“热情”你将无往而不利你的笑容价值百万第二章 解读为什么消费者单独青睐
“你”以攻心实践“顾客是上帝”的诺言倾听才会赢得信任不要吝啬你的赞美用客户喜欢的方式沟通
参与才会主动，体验才有感受第三章 透析创意广告背后的“创意”万宝路香烟起死回生派克笔的名人
效应金利来领带，男人的世界学生游行宣传“飞虎”牌染色布可口可乐与百事可乐的竞争海尔“真诚
到永远”“白加黑”红豆衬衫——“此物最相思”伯恩巴克“换太太”珠宝店与“戴安娜”男性模特
穿美特牌丝袜“二战”中的可口可乐保洁系列洗发用品小霸王学习机“拍手篇”索尼与雀巢的命名策
略第四章 了解销售学兵法欲擒故纵投其所好反道而行出奇制胜无中生有声东击西反弹琵琶单刀赴会擒
贼擒王攻其不备调虎离山远交近攻后发制人四面包围以逸待劳浑水摸鱼围魏救赵釜底抽薪打草惊蛇鹬
蚌相争，渔翁得利走为上策趁火打劫狐假虎威先声夺人第五章 掌握销售学心经永远都要坐前排一颗石
头的价值把冰卖给爱斯基摩人摩根家族的信誉一套传奇的西服阿迪达斯的忧伤麦当劳的危机花花公子
何去何从大师的败笔250定律把鞋卖给赤脚的人卖给和尚一千把梳子石场与科斯定理经营中的“吃蛋原
理”令人费解的门票罐头盒上的谜语花钱绑架自己怪异的广告从贫民窟走出的千万富翁“智猪”等待
的头脑一分钱利润的启示犹太人的生意经第六章 体会销售谈判中的技巧步步为营的谈判策略反客为主
的谈判策略以诚信取胜的谈判艺术掌控谈判的节奏谈判中的讨价还价处理谈判僵局谈判中的拖延处理
第七章 盘点商家销售策略高价销售策略附送赠品策略免费使用策略抽奖促销策略联合促销策略公关促
销策略会员营销策略人员推广策略竞技促销策略电话行销策略幽默销售策略

<<销售学的诡计>>

章节摘录

版权页：一个年轻人只用了一把椅子，就轻易地与“钢铁大王”卡耐基攀亲附缘，从此走向令人梦寐以求的成功之路，这不是天方夜谭，而是个真实的故事。

几十年前的美国费城，那是一个阴霾压天的下午，由于瞬间而来的倾盆大雨，行人纷纷逃到就近的店铺躲雨。

这时，一位浑身湿淋淋的老太太。

蹒跚地走进费城百货商店。

看着她狼狈的情形和简朴的衣裙，所有的售货员都对她无动于衷。

这时候，一个年轻人诚恳地对她说：“夫人，我能为您做些什么吗？”

“老妇人莞尔一笑：“不用了。”

我在这儿躲会儿雨，马上就走。

”话音刚落，老妇人随即又心神不宁了：不买别人的东西，却借用人家的屋檐躲雨，似乎不近情理。

于是她开始在百货店里转起来，哪怕买个头发上的小饰物呢，也得给自己的躲雨找个光明正大的理由。

正当她神色迷茫的时候，那个小伙子又走过来对她说：“夫人您不必为难，我给您搬了把椅子，放在门口，您坐着休息就是了。”

”两个小时后，雨过天晴，老太太向那个年轻人道谢，并随意地向他要了张名片，就颤巍巍地走了。

几个月后，费城百货公司的总经理收到一封信，信中要求将这位年轻人派往苏格兰收取装潢一座城堡的订单，并让他承包自己家族所属的几个大公司下季度办公用品的采购订单。

总经理震惊不已，匆匆一算，只这一封信带来的利益，就相当于他们公司两年的利润总和。

当他迅速地与写信人取得联系后，方才知，这封信是一位老太太写的，而她正是美国亿万富翁卡耐基的母亲。

总经理马上把这位叫菲利的年轻人推荐到公司董事会，毫无疑问，当菲利收拾行装飞往苏格兰时，他已经成为这家百货公司的合伙人了。

那年，菲利才22岁。

随后的几年中，菲利以其一贯的踏实和诚恳，成为“钢铁大王”卡耐基的左膀右臂，事业扶摇直上，

飞黄腾达，成为美国钢铁行业仅次于卡耐基的富可敌国的重量级人物。

正是一把友善的椅子，一份额外的服务，使菲利的公司获得了大宗生意，同时也使得他本人平步青云。

。

<<销售学的诡计>>

媒体关注与评论

要想成功地推销自己的产品，首先要学会推销你自己。

无论我们现在从事何种职业，无论我们身居何位，其实我们每个人都在从事着一种职业——推销。

我们无时不在推销着一种世界上最伟大的产品——你自己。

——乔·吉拉德在购买时，你可以用任何语言，但在销售时，你必须使用购买者的语言。

——美国前教育部长玛格丽特·斯佩林斯

<<销售学的诡计>>

编辑推荐

《销售学的诡计》告诉你销售并不神秘，帮你看透生活中的销售陷阱。

<<销售学的诡计>>

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>