

<<推销员的误区>>

图书基本信息

书名：<<推销员的误区>>

13位ISBN编号：9787801798923

10位ISBN编号：7801798929

出版时间：2010-1

出版时间：中国致公出版社

作者：华阅

页数：239

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>

<<推销员的误区>>

前言

同样是做推销，为什么你做不过别人？你自信你的能力并不比别人差，学的技巧不少，脑瓜也很灵活；你自认为比别人更勤快，走街串巷，不厌其烦，跑的路比别人的多，嘴皮子磨得也比别人的薄，为什么业绩却不如别人？如果你排除了一些客观原因，那么，从现在开始，坐下来，静静心，对自己的推销经历做做反省吧，看看自己在心理上，在操作技巧上，是不是不知不觉地走入了一些推销的误区？在误区里打转转，焉能有顺心如意的成功？走入误区是常有的事，不止推销，做其他事情也一样。

误区总是在你不经意间，在你自以为是中，或者说就在你的自信中悄悄把你引进它的陷阱中。

由于误区并不是明显的错误，所以你根本意识不到。

所谓的误区都是你认为对的，而实际上却是错了的东西。

正是这些似是而非的误区导致你屡屡失败。

譬如，有人说：销售代表的工作就是走门串户，跑腿流汗。

这就是一种误区，一种片面的看法。

其实，任何一种行业，要想获得成绩，都需要付出努力。

销售代表要做的绝不仅仅是跑腿流汗出苦力，或走门串户售卖产品，而是要将符合顾客需要的优质产品介绍给顾客。

再如，有的销售代表急于卖出产品，于是在顾客面前有意或无意地夸大产品的功效，把产品说得无所不能，以为这样就能引起顾客的兴趣。

其实，夸大产品的功效不但不能吸引顾客，反而会让理智的顾客对你失去信任。

一旦顾客使用该产品，发现它并不具备你所吹嘘的功效的话，他就会觉得自己上当受骗了，进而对你避而远之。

实际上，好的产品本身就有很多“卖点”。

<<推销员的误区>>

内容概要

本书总结了国内外各行各业的推销人员成功与失败的经验和教训，归纳出了99个推销人员常犯而又不为其所知的误区，并给出了正确的解决方案。

这样，大家在推销过程中就可以引以为戒，少犯错误，少走弯路，以便更容易地获得成功。

错误乃正确之源，失败乃成功之母。

我们只有从错误中吸取教训，才能在下一次避免犯错，从而在未来有所成就。

相信本书会对大家有所裨益!

<<推销员的误区>>

书籍目录

教训001 对自己没有信心,能力发挥被钳制教训002 客户面前低三下四,有失尊严丢订单教训003 不为客户着想,死缠烂打令人烦教训004 走不出失败的阴影,陷入不断失败的泥潭教训005 缺乏耐心,不能将沟通进行到底教训006 骄傲自满,原来的成功变为绊脚石教训007 没有明确的目标,无的放矢难突破教训008 面对顾客三心二意,顾客缺少被尊重感教训009 “我不可能做到”:负面意识销蚀挑战勇气教训010 看不到市场需求点,创造业绩全凭运气教训011 对产品认识不清,无法解除客户疑虑教训012 只求提高眼前销售业绩,断绝后续利润源头教训013 没有强烈的企图心,在未流推销员行列徘徊教训014 不相信自己推销的产品,让客户心中产生怀疑教训015 满足所取得的成绩,危机在安逸中降临教训016 不会说话,拙言一句引起反感教训017 一拖再拖,错过最佳推销良机教训018 排斥竞争对手,给客户另做选择的机会教训019 对客户一无所知,盲目行动遭回绝教训020 缺乏工作激情,无法缩短与顾客间的距离教训021 不注重自己的仪表,导致公司产品贬值教训022 礼仪不周,忽略身边“小人物”教训023 不适时宜打破沉默,让顾客心生反感教训024 在困难面前打退堂鼓,成败之间只一步之遥教训025 缺少推销技巧,无法引起顾客兴趣教训026 欺蒙客户,销蚀顾客的信任教训027 做事无计划,焦头烂额成效低教训028 不了解客户的真正需求,只能碰一鼻子灰教训029 不善分析市场,看不清“潜力股”教训030 以貌取人,因个人偏见丢掉客户教训031 举止粗俗无礼,在无形中得罪客户教训032 不懂倾听大唱独角戏,忽略顾客感受失去生意教训033 过分夸大产品功效,顾客心中生疑惑教训034 被情绪左右,喜怒形于色吓跑顾客教训035 不重小节,忽略第一印象的作用教训036 忽视名片,小细节也会成为大障碍教训037 表情沉重,让顾客感到不舒服教训038 不尚学习,知识浅陋出洋相教训039 缺乏亲和力,无形中与客户拉大距离教训040 缺乏幽默感,气氛沉闷无法顺利交流教训041 表述不当,难以说服顾客教训042 管不住自我,因生活放纵而荒废事业教训043 说话太过直接,让顾客感到尴尬教训044 对顾客困难视而不见,追求业绩而失人心教训045 不善于从自己身上找原因,不断重复犯同样的错误教训046 频现坏习惯,引起顾客厌烦丢生意教训047 服务过分热情,让顾客心生疑窦而放弃交易教训048 无法面对突发情况,从而导致交易失败教训049 不能低调洽谈,多让对方拂袖而去教训050 工作缺乏计划性,致使错过交易机会教训051 马虎大意弄错目标,致使交谈气氛变尴尬教训052 等生意上门,看不到客户潜在的需求教训053 因对产品介绍过细,致使客户转选他家教训054 闲置样品辅助推销手段,降低了说服的力度教训055 小节上大意,使以前的努力付诸东流教训056 受思维定式的局限,无法创造更高更好的业绩教训057 不善缔结人际关系,客户资源狭小教训058 缺乏积极主动性,守株待兔一场空教训059 找不到客户,卖不出产品教训060 不懂提问技巧,给客户拒绝机会教训061 销售报价无技巧,客户声闻顿止步教训062 遇火浇油,结果砸自己的牌子教训063 迫切希望成交,让对方心里产生疑问教训064 不知见好就收,结果断绝自己的后路教训065 将坏情绪传导给客户,致使推销失败教训066 不会开发新客户,只好自打退堂鼓教训067 约见电话目的含糊,引起反感遭拒绝教训068 谈判桌上失常,终使自己陷被动教训069 服务从成交后停止,销蚀公司和自我形象教训070 会说不会听,找不到客户的抗拒点教训071 不善表达对客户的感激之情,冷落客户遭背叛教训072 有礼却无“理”,好心办坏事教训073 赞美言不由衷,适得其反遭人厌教训074 推销理念僵化,将用户拒之门外教训075 视客户异议为刁难,处理不当成仇人教训076 因不能兑现承诺,最后让客户与自己“拜拜”教训077 推销心切促成交,客户心中生疑问教训078 自作聪明高挂“幌”,客户生畏远你去教训079 不会“套近乎”,拉不近与客户之间的距离教训080 说话语气冷冰冰,让对方主动逃避教训081 自认为是销售盲区而痛失最忠实用户教训082 不善察言观色,不识客户眉眼高低教训083 凡事只看表面,因主观臆断丧失良机教训084 有错不改,强辩失去客户信任教训085 推销中因投入不够,致使客户不为所动教训086 不注意维护老客户,使得老客户移情别恋教训087 推销中过分苦求,顾客因失厌而退避教训088 对客户不做深层了解,上当受骗让人欺教训089 不善引用具体事例,言语空洞无说服力教训090 推销理念狭隘,结果是顾此失彼教训091 自认正是热门,却是顾客所烦教训092 不考虑客户是否方便,贸然拜访吃闭门羹教训093 看不上小客户,忽视了客户消费的增长力教训094 办事太教条,无法打破自我发展局限教训095 无视客户的抱怨,让客户感受不到尊重教训096 全盘托出,丧失主动教训097 犹豫不决,抓不住签单时机教训098 不给客户考虑时间,打乱客户购买流程教训099 推销找不准对象,结果会事半功倍参考书目

<<推销员的误区>>

<<推销员的误区>>

章节摘录

在推销的过程中，遭到顾客的拒绝是再正常不过的事情。

事实上，大多数交易便是建立在顾客的这种拒绝之上的。

我们只有相信自己能够消除这种拒绝，有能力解决这个问题，才能获得成功。

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拒绝之后，便对自己产生了怀疑，向自我输入了一种消极的思想：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？在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，向那家公司推销产品是根本不可能的事情，我一去就被拒绝了。

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：“你不要这样限制自己，你为什么不再试一试呢？你要相信自己。

”第二天，贾荣抱着试试的心理又去了那家公司，他告诉自己要争取每一个机会。

可是，在和客户谈话的过程中，“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，但是往往事不尽如人意，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，害怕面对客户，害怕面对工作中的所有问题。

<<推销员的误区>>

编辑推荐

推销误区往往会妨碍推销员取得成功，常有一些推销员因为说错话、办错事、用错了推销方法而导致推销失败。

《推销员的误区:推销员工作失误的99个教训》针对这种情况，为推销员们总结出了推销中容易犯的错误，希望推销员可以因此提高推销成功率。

推销的失败始于失败的推销一个推销的误区会使以往100次的努力前功尽弃

<<推销员的误区>>

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>