

<<销售ABC>>

图书基本信息

书名：<<销售ABC>>

13位ISBN编号：9787801970381

10位ISBN编号：7801970381

出版时间：2005-1

出版时间：企业管理出版社

作者：[美]佛特勒尔

页数：516

字数：707000

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ABC>>

内容概要

成功的销售不是一锤子买卖，而建立在关系基础之上的买卖双方利益的共赢。

本书是美国权威的销售教程，针对销售工作涉及到的方方面面，以关系销售的形成过程为核心内容，覆盖了从客房调查到后续工作的完整销售过程。

全书完整展现了最新发展形成的销售策略、惯例和技巧，并以丰富案例和大量互动练习题围绕“如何做”的模式进行阐释，实战性和体验感觉极强。

更为重要的是，由于本书的实用性强，它还可作为销售人员开展实际销售工作时的操作指南。无论是销售新手，还是需要进阶的销售高手，都能从书中得到多方面的支持和帮助。

<<销售ABC>>

作者简介

查尔斯·M·弗特勒尔，是美国市场营销研究领域最顶尖的3位专家之一，现任美国最大的工商管理大学——德克萨斯州经营管理大学市场营销学的联邦级教授，拥有25年之久的教学和研究经验，在全美以优秀的教师著称。

更重要的是，他还是一个市场研究领域少有人比的人才，在他开始从事

<<销售ABC>>

书籍目录

- 第一部分 走进销售职业 第一章 专业销售人员的生活、时代和职业生涯 1.1 何谓销售？
1. 何谓销售？
 2. 人人都在销售 1.2 为何选择销售业？
 1. 可做的销售工作多种多样 2. 行动自由：你可以我行我素 3. 工作始终具有挑战性
 4. 晋升机会非常之多 5. 回报：没有极限 6. 你可以很容易地进入管理层
 - 1.3 你适合从事销售职业吗？
 - 一位销售经理对招聘销售人员的看法 1.4 成功销售——需要付出什么？
 1. 热爱销售工作 2. 肯干、机智、勇挑重担 3. 强烈的成功欲望 4. 对前景充满乐观
 5. 知识就是力量 6. 时间就是金钱 7. 善于提问，善于倾听，善于发现
 8. 为顾客效劳 9. 充分的生理与心理准备 1.5 关系型销售 1.6 销售工作有啥不一样
 - 1.7 职业销售人员该做什么？
 - 反思 1.8 关系营销 1.9 关系营销的层次 同时面向大公司和小公司进行销售 1.10
 - 你的学习计划 1.11 通过销售过程建立关系 1.12 主要销售问题小结 1.13 销售关键术语
 - 1.14 应用练习题 1.15 销售互联网练习 在销售中发现自己的职业生涯 1.16 进一步探索销售世界
 - 1.17 销售团队创建练习 1.18 销售测验练习 你适合跨国公司的要求吗？
- 案例1-1 在销售课上他们没教给我们的东西 第二章 销售中的社会、伦理及法律问题 2.1 企业的社会责任
1. 企业行为的责任分担者 2. 企业的主要责任 3. 如何展示社会责任感
 - 2.2 是什么影响着伦理行为？
 1. 个人的作用 2. 企业的作用 2.3 伦理责任 1. 什么是伦理行为？
 2. 什么是道德困境？
 - 2.4 处理与销售有关人员的伦理问题 1. 销售人员的销售压力程度 2. 影响销售区域的决定
 3. 告诉销售人员真相吗？
 4. 不合格的销售人员 5. 雇员的权利 2.5 销售人员在其雇主打交道中的伦理问题
 1. 滥用公司财产 2. 从事第二职业 3. 欺骗行为 4. 对其他销售人员的影响
 5. 技术剽窃 2.6 处理同顾客的伦理问题 1. 贿赂行为 2. 错误的表述
 3. 价格歧视 4. 捆绑销售 5. 独家代理 6. 互惠性交易 7. 销售限制
 - 2.7 国际销售中的伦理问题 2.8 管理销售中的伦理道德问题 1. 服从领导 2. 领导者的选择至关重要
 3. 建立道德规范 4. 创建道德机构 5. 鼓励发表不同意见
 6. 营造讲求伦理道德的销售环境 7. 建立监控系统 2.9 主要销售问题小结 2.10 销售关键术语
 - 2.11 应用练习题 2.12 销售互联网练习 什么是销售世界的伦理道德？
 - 2.13 进一步探索销售世界 2.14 销售测验练习 伦理道德工作氛围 案例2-1 泛司冷冻食品公司
 - 案例2-2 运动衫公司 第二部分 为关系销售做准备 第三章 销售心理学：人们为何购物
 - 3.1 人们为何购物——黑匣子理论 3.2 心理对购物的影响 1. 顾客必定具有购物动机
 2. 经济需要：一定的钱获得最佳的价值 3. 需要意识：有些顾客还拿不定主意
 - 3.3 一种能使顾客的需要得到满足的神奇方法 1. 产品的特征：它到底是什么？
 2. 产品的优点：要求证实 3. 产品的效用：产品对我有什么用处呢？
 4. 表述层次很重要 3.4 如何确定主要购买动机——成功销售的关键 3.5 发现需要之后进行销售的一种极为重要的方法——尝试结束销售
 - 3.6 销售程序 3.7 顾客的感知 3.8 感知、态度和信念顾客发生错误感觉的例子 3.9 顾客的人格特点必须顾及自我观念 3.10 根据顾客的人格类型进行适应性销售
 1. 人格类型 2. 使你的销售陈述适应顾客的人格类型
 - 3.11 请将购物情况加以分类 1. 日常性决策 2. 有限性决策 3. 广泛性决策
 - 3.12 技术为信息装上双翅 3.13 从决策者角度考察客户 第四章 建立关系需要思想沟通：这决非说说而已 第五章 销售知识：客记、产品与技术 第三部分 关系销售的形成过程
 - 第六章 客户调查——销售的生命线 第七章 策划销售拜访 第八章 精心选择你要使用的销售陈述方法

<<销售ABC>>

第九章 策略地开始你的销售陈述 第十章 成功的销售陈述应具备的要素 第十一章 欢迎你的潜在客户提出异议 第十二章 关系从销售结束开始建立 第十三章 赢得客户：服务再服务第四部分 销售中的自我管理技能 第十四章 时间管理、区域管理和自我管理是销售人员成功的关键 第十五章 零售业、商业、服务业和非盈利性销售

章节摘录

第一部分 走进销售职业 第一章 专业销售人员的生活、时代和职业生涯 1.4 成功销售——需要付出什么？

本书自始至终都会使你看到许多销售人员对自己所从事工作的评论。

许多年来，我经常向成千上万的销售人员问及的问题是：是什么使得一个销售人员能够取得成功？一个成功的销售人员应该具有什么样的特质呢？

以下9个特质是人们最常提及的：热爱自己的工作；愿意努力工作；欲求获得成功；乐观的态度；具有胜任工作的专业知识；认真利用销售时间；善于向客户提出问题，并有倾听客户意见的能力；有为客户服务的能力；为工作和生活做好了充分的身心准备。

上述这些特质将在下文中详细探讨。

1. 热爱销售工作 成功的销售人员必须是热爱销售，并从销售中发现乐趣的人。

他应坚定地相信他卖出的产品具有十足的价值。

保德信人寿保险公司（Prudential Life Insurance）的销售员约翰·杨（John Young）用一句谚语精辟地表述了这个意思：“一个人要想获得成功，他就需要将自己交给他的产品，任其处置。

“贝尼斯·汉森（Bernice Hansen）在销售她的安利（Amway）公司的产品时，强调说：“我有人人都需要的美妙的产品……如果你能像我这样坚定地肯定自己所做的事业，你就具备了成功所必备的自信

。” 确实，对销售的热爱是成功销售人员的一个特征。

本书中引用了其他一些销售人员的与此非常相似的评述。

他们认为对待工作的热情帮助他们取得了事业的成功。

他们渴望将工作做好，这使得他们对销售十分卖力。

2. 肯干、机智、勇挑重担 有一个词对人生的成功至关重要。

它能使阴暗的心灵变得光明，又使明亮的心灵变得光彩照人，进而使你成为一个硬汉。

它为你打开了心灵的窗扉；它为你铺平成功的红地毯；它把你和世界上最体面、最具权威的人联系在一起。

它给每个人都带来了成功。

这个具有巨大魅力的词就是工作。

对工作积极乐观的态度将使人生变得辉煌。

成功的人经常被描述为幸运儿，然而，他们认为“幸运”是干出来的。

工作越努力，你就越幸运。

<<销售ABC>>

媒体关注与评论

本书是全球最具影响力的出版机构麦格荣 - 希尔教育出版集团的拳头产品，自1987年出版以来历经6版，全球超过30多万名大学生从中受益！

<<销售ABC>>

编辑推荐

美国市场营销研究领域最顶尖的3位专家之一查尔斯·M·弗特勒尔教授在关系销售领域的奠基之作！

《销售ABC（第6版）》既可作为大专院校和培训机构的专业销售教材，也适合于有心成为专业销售精英的各类销售人员。

<<销售ABC>>

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>