

<<销售圣经>>

图书基本信息

书名：<<销售圣经>>

13位ISBN编号：9787802071957

10位ISBN编号：780207195X

出版时间：2005-6

出版时间：经济管理

作者：[美]鲍勃金博尔

页数：201

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>

<<销售圣经>>

前言

从事商业行业的人，可能会告诉你当今的商业行情与前些年已大不相同了。科技上的创新对每一个行业的每一个部门都产生了影响。商业竞争愈演愈烈，而且竞争对手与日俱增。商业的发展步伐加速向前，而且商业信息几乎是与其同步加速前进。所以，一旦你获取到最新的信息，就应该随之做出决策，以免错过商机。专业的商业人士为了能赶上信息更新的步伐，就必须在更短的时间内做出更多的决策。盈利已经变得更为困难了，只有那些努力工作、步步为营的人才能够企及。很少有商人会告诉你一切还和十年前一样，如果有，恐怕他早已经不从商了，就算他还在商界，那么他恐怕也干不了多长时间了。以前的老方法、老套路已经行不通了。

..

<<销售圣经>>

内容概要

《销售圣经：成功销售的八条准则》一书阐述了如何运用技巧改变现实中的销售方式以及如何在销售领域中始终立于不败之地。

本书循序渐进地引导人们了解销售过程，使人们的销售知识和技巧得到不断更新。

在召集竞争激烈的商业竞争中，您需要建立良好的人限关系。

本书将指导你如何合理安排时间，更有效地与顾客交流，同时本书也会有助于改善你对销售前景的看法，使你的推销更为专业化，从而以销售洽谈取代以往的讨价还价。

<<销售圣经>>

作者简介

鲍勃·金博尔是西佛罗里达州大学市场营销系的教授，他教授的课程有：市场营销学原理、专业销售和 sales 管理。

他著有《成功销售AAA手册》一书，同时他也是专业营销技巧销售培训课程电视录像带的作者、主要策划者和讲解者。

金博尔在美国可口可乐公司从事了13年的市场营销工作，他在金博公司担任管理职务也已有7年的时间。他主要为美国东南部的众多公司所开设的销售和管理培训课程进行课程研究与策划。

<<销售圣经>>

书籍目录

前言 |第一章 打好基础 1理念1 新时代的威利·洛曼 1理念2 要做的事没变,只是做事的方法发生了改变 5理念3 想要成为客户的供应商就要成为客户友好的伙伴 11理念4 销售商要了解必要的信息,要知道该从何处获悉这些信息 13理念5 评估“你的公司和你的目标公司” 19结语 23第二章 昔日的好习惯也会浪费今日的时间:关于时间的安排与范围的控制 25理念1 亘古不变的事实 25理念2 仔细评估你现在所做的事和你做事的方法 30理念3 有技术就会进步,否则就会停滞不前 34理念4 充满活力的一天——事半功倍 38理念5 午餐和正餐吃什么?饮酒和饮食的新视角 43结语 45第三章 营销的先决条件:有效的个人以及职业的交往 47理念1 为有效的交往打下一个坚实基础 48理念2 人际关系是成功推销的关键 57理念3 非言语性交流优于言语性交流 66理念4 新商业时期信息传递的新问题 69结语 72第四章 互助合作与寻找客户:发展职业关系和建立战略联盟 73理念1 寻找客户仍然是你最重要的活动 73理念2 古老的人们常去饮酒的地方不再同过去一样了 79理念3 互助合作和寻找潜在客户的新观点和新认识 82理念4 取得对方的会面——说服潜在客户亲自与你见面 97第五章 有效地进行专业的产品介绍 105理念1 进行准备 106理念2 制定议事日程 111理念3 不要向你的潜在客户进行描述——而让他们呈现给你看 115理念4 利用技术来提高你的表现 131理念5 达成协议只是开始,并不是终点 133结语 134第六章 异议并没有过时:处理异议、障碍以及其他的阻碍 135理念1 听、提问、再听 136理念2 把发掘并处理心理异议放在首位 142理念3 在每一个事实异议上达成协议 151理念4 处理完异议之后,回到讲演步骤中来 156结语 157第七章 达成协议不是最后一章:在原则上达成协议 159理念1 掌握介绍的基本方法和技能 159理念2 建立人际关系 163理念3 潜在顾客的购买动机 166理念4 找一个强迫性的理由来让顾客立即同意 172结语 174第八章 合作商谈:项目、条款、条件以及达成一致 175理念1 权力和影响力的重要性 175理念2 交易的工具——策略及其手段 187理念3 谈判策略 192理念4 用新方法决胜新商界 198结语 201

<<销售圣经>>

章节摘录

当今商业最有趣的变化之一就是商业午餐、正餐和其他与商业有关的社交应酬。正如在我们注意到的许多标准中，那些曾经是建立商业关系准则的社交活动也许正是今天浪费时间的一种方式。

当然，一些大公司和企业仍在以酒饭招待顾客，带他们去旅行，在体育大赛中提供他们上千美元的坐位，有些还赠送昂贵的礼物作谢礼。

尽管如此，顾客和他们的管理层越来越认识到卖主花在娱乐和礼物上的大量的金P43钱是来自买主的口袋，而不是卖主。

这很简单，卖给我100000美元的东西，然后花5000美元来款待我和我的下属，以此来代替卖给我95000美元然后省掉款待。

我是顾客，所有这些用的都是我的钱。

作为一个经理，尤其是一个小企业的老板，我是非常担心我的雇员做出客观决定的能力，特别是当一趟超级杯的旅行可能会影响商业进程的时候。

利润难得，你也不想有任何事来给你的竞争对手增加攻击你公司吝啬的机会。

另一个影响商业交际性质的因素是职业环境的属性。

在“组织者”的时代里，男人为公司工作，他们的身份就是公司；女人做家务或者在她们的丈夫或他们的公司有需要时参加一些社交应酬。

那个时代早已一去不复返了，现在许多家庭，两个成年人都有独立的工作，每个人都不必为对方的老板承担责任。

但最重要的是，由于人们没有时间去，商业交际的性质已经改变了。

三杯马提尼式的午餐早已过时了，那大约是在人们意识到他们需要在下午做一些富有成效的事的时候。

很少有商业人士想用2小时而不是30分钟来吃饭，如果这意味着在接下来的时间里他们需要多干90分钟的话。

当你遇到一个因为你邀请他/她吃了2个小时的午饭而高兴的人的时候，这通常意味着他不在干什么好的职位，有可能既不是个决策者也不是个有影响力的人。

但也许最基本的一点是人们总是希望回家与家人团聚。

明天很早就要开始，他们希望有一点时间与他们最亲密的人待在一起。

幸亏有了先进的技术，如果工作必须完成，他们可以舒舒服服地在家把它完成。

这并不是说不能用一顿商业目的的饭局或其他社交活动来为建立商业关系提供环境。

要这样来看，许多生意就是在高尔夫球场上做成的，但也要明白这些社交活动使你没时间去做一小时能赚65美元、75美元甚至85美元的直销活动。

如果在高尔夫球场的一天与你赚到的钱相抵，这是值得的。

但如果不能相抵，你玩得很痛快，这也不错。

只要你自己承认至少在某种程度上享受了一段停工期。

不要欺骗你自己在工作。

我们已经提出你的经理或公司给你定的时间是无法避免的优先考虑的A类问题，这些时间包括款待顾客和参加一些必要的社交活动。

你可以P44去体验一下——我们无法想像有谁能够真正地享受它——但又不会在某种程度上影响你的表现和收入。

回想在财富500强企业所度过的日子，鲍勃发现他处在这样一个环境里：公司正在举办一个为期一星期的例行会议，而会后它的接待员们正在铺张地接待顾客，这些招待人员以浪费食物和酒菜为专长。

只要还有一个顾客在，他们就不会停止，这通常能持续到凌晨三点。

接待员在这段时间内必须在场，然后又在早上六点到场为第二天的接待做准备。

几天之后，你可以想像这些雇员的精神状态以及他们的工作效率。

鲍勃是少数几个提前退席的雇员，他和客户打完招呼再聊了几个小时后就离开了，然后在晚上九点就

<<销售圣经>>

上床睡觉了。

第二天，他头脑清醒、精神百倍、双眼明亮、装扮整齐地上班去了。

但他的缺席被老板们发现了，他们明显地表示了他们的不快。

如果你发现自己处于这样一种情况下：那些无效率的吃喝和社交应酬正给你的生存能力带来负面的影响，那你就需要做另外的选择。

如果你很自信自己的能力和对公司的贡献，你就可以逃掉一些应酬，至少可以提前离席，但最好要表现得你很想留下，却又不能。

在推销中，如果你是按成绩取得报酬，特别当你是一个顶级的推销员时，你就可以避免这一切。

很少有人知道权威人士一星期要做多少工作或他（她）的工作进程表是什么样的。

这种独立性可能不会使老板钟爱你，但只要你不需要升职进入管理层，这就不会影响到你。

既然一个顶级的推销员可以挣得几倍于销售经理的工资，那为什么一个好的推销员还要进入管理层呢？

在任何情况下，当你执行本章的行动计划时，看一下你正在怎样吃午餐、正餐和应付其他的社交应酬，然后问你自己：这些传统的做法是否仍然有效，或者他们是否已经变成这个时代另外一种浪费时间的方式。

P45

<<销售圣经>>

媒体关注与评论

本书作者明确地阐述了销售的整个过程，这可以使一名普通的推销员走向成功。本书介绍的这十个步骤会给你留下深刻印象，因为它会使你重新评价过去你所做过的销售。第一章打好基础第二章昔日的好习惯也会浪费今日的时间：关于时间的安排与范围的控制第三章营销的先决条件：有效的个人以及职业的交往第四章互助合作与寻找客户：发展职业关系和建立战略联盟第五章有效地进行专业的产品介绍第六章异议并没有过时：处理异议、障碍以及其他的阻碍第七章达成协议不是最后一章：在原则上达成协议第八章合作商谈：项目、条款、条件以及达成一致。

你不能用过去的技巧去应对将来的销售！

《销售圣经——成功销售的八条准则》一书将人超高频你逐步地由销售员转变为重要客户的战略合作伙伴。

对于每位想提高推销技能并想在其公司和客户面前崭露头角的人们而言，本书是必读的好书。

——弗莱德·刘易斯 本书易读，条理清晰，提出了诸多销售理念和建议，帮助销售员提高销售效率并与客户建立起长期业务关系。

本人热忱推荐这本书给那些希望在商业中有所建树的人们，我也希望我的竞争对手永远看不到这本书.....本书旨在阐述作为一个销售员如何充分利用新环境不断超越自我，从而取得成功。

.....书中揭示了专业的销售艺术，反对那些缺乏职业道德以及传统意义上“圆滑”的推销员。

——查尔斯（哈佛工商管理硕士 地区销售主管）

<<销售圣经>>

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>