

<<做最好的销售员>>

图书基本信息

书名：<<做最好的销售员>>

13位ISBN编号：9787802517530

10位ISBN编号：7802517532

出版时间：2011-1

出版时间：金城

作者：安欣

页数：240

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>

<<做最好的销售员>>

前言

每一个成功的销售员都是努力与奋斗的典范、乐观与自信的楷模、坚持与不惧失败的榜样。

要是他们缺少了这些品质，就很难在这一行里干好甚至获得成功。

若是在销售业上取得了成功，那他肯定是当之无愧的英雄。

上帝是公平的，它为你关闭一扇窗的同时必定会为你打开一扇门。

销售员受了常人所不能忍受的挫折、打击之后，收获也非常人所能企及。

著名杂志《钱经》曾按照行业前景、收入、进入门槛、供求、上升空间等方面分析，排名中国的所有职业，销售被认为是最好的。

而很多人的创业也是从销售起步的，日本的经营之神松下幸之助是从销售员做起，香港的李嘉诚、台湾的王永庆是从销售起家；比尔·盖茨大学二年级休学，创办微软公司之后，也是从销售做起，推销他的软件，跟客户签合同。

可以这么下结论，70%的总经理都是销售出身。

高科技企业50%以上的总经理都是先有理工科专业背景，毕业后从技术转向销售，再转向销售管理，最终走向总经理的职位。

IBM的创始人托马斯·约翰·沃森，以前就是一个很好的销售员。

所以，不管是对创业者还是想拿高薪的人来说，销售都是一种最佳的途径。

因此，销售是一种最有“前途”与“钱途”的职业，它是能使你掌握人生的艺术。

在销售工作中，你能够学会如何让别人接受自己的思想，如何与人相处，如何灵活处理问题，如何战胜别人的冷漠和拒绝……事实上，一个人如果能把东西卖出去，他就已经具备了所有成功人物必备的素质。

<<做最好的销售员>>

内容概要

“不经一番寒彻骨，哪得梅花扑鼻香？”

”靠推销商品来成就自己人生的辉煌是一个艰难的过程。

《做最好的销售员：一招制胜的16个销售细节》从销售心理、沟通谈判、策略方法、自我修炼四个部分出发，精彩案例与精辟讲述相得益彰，针对性、全面性、操作性融会贯通，对快速提升销售业绩，为想从销售的隧道中走出来的人、想在销售的战场上扬起胜利旗帜的人提供了一个可行的范本。愿每一个阅读此书的销售员掌握一招制胜的销售细节，决胜于销售战场。

<<做最好的销售员>>

书籍目录

第一篇 销售心理实务篇第一章 了解客户的消费心理，是做好销售的前提条件客户都希望一分钱买两分货客户一般会向权威、专家或行家看齐人人都想拥有《清明上河图》消费讲求“物质性”和“精神性”让客户不再担心上当受骗第二章 掌握客户的心理需求，抓住客户的心才能拿下买卖尊重和重视是客户最基本的心理需求赞美总能让客户很爽快地签单顾客不仅需要产品，还需要你的服务满足客户深层次的心理需求——安全感VIP法则：让客户体会到优越感第三章 拉近客户的心理距离。距离越短成交速度越快真诚是拉近心理距离的“万有引力”记名销售法则：亲近的添加剂亲和力是你的“杀手锏”成为客户的朋友，距离才会近融入爱的销售、贴近客户心理第四章 瓦解客户的抵触心理，没有异议就意味着“成事”“给我一小时”和“给我一分钟”“小手段”能减轻客户的心理负担共同话题架起你和客户之间的桥梁用“第三者”解除客户抵触的武装热情与关怀能温暖顾客冰冷的“心”

第二篇 销售沟通谈判篇第五章 尽量让客户多说，从倾听中辨别客户的话外音成功销售，从倾听开始学会倾听，大门永远为你敞开聆听客户抱怨，才能解决真正问题从倾听中发现客户自己都不知道的需求听出客户的“话外之意”第六章 主动向客户多提问，多问方能挖掘客户的真实意主动发问，找到客户的真正需求高明的提问术让客户跟着你走提问的人永远都是主角售后不时地询问客户产品的使用情况提问“二选一”，需求在“一”中第七章 寻找沟通切入点，找出撬开客户金口的钥匙从共同的兴趣切入，打开销售的匣子消除客户和你的不一致意见专业术语：阻碍沟通的罪魁祸首时间是影响沟通的重要因素好奇心能令客户迅速开口第八章 营造谈判的环境，为成交创造和谐气氛弱化“推销味道”的谈话更畅通适度沉默：有时是最好的谈判方式笑声是营造谈判环境的润滑剂沟通谈判时应注意的五个方面谈判地点选择暗藏玄机第三篇 销售策略方法篇第九章 让客户先尝尝甜头，有感觉才是达成交易的关键“你不买我就免费送给你把买点和卖点结合起来才能打动客户帮客户一把，让他觉得“亏欠”你亲身体验，客户才会相信产品的价值小礼物带给客户的是人情“陷阱”第十章 把客户当成朋友，人际网络是销售的真正绝招投入情感，拓展你的客户群真的有“1=250”吗？新客户能加重你的业绩砝码网撒得越宽，网到的鱼也就越多让客户变成你的“伙计”第十一章 激发客户的购买欲，引导是销售的有效手段不同的客户用不同的手段引导用痛苦来刺激客户的购买欲望“偶然”也能促使客户购买六步引导客户说“是”以退为进让你不推而销

<<做最好的销售员>>

章节摘录

第一篇 销售心理实务篇第一章 了解客户的消费心理，是做好销售的前提条件让客户不再担心上当受骗“小姐，试试我们的化妆品吧，免费的。

”当大街上一个人拦住你的去路说出这句话的时候，相信你会在心里不自觉地就对这位推销化妆品的推销员竖起了一道提防的高墙。

这代表了一种很常见的心态，就是客户对销售员有一种极坏的印象，认为销售员就是搞传销的，就是在坑人。

特别是对那些上门推销者，一般的人都会警戒性地闭门不谈，就算让你进那扇防盗门也会先像公安局盘查户口一样查清楚你的身份。

这种心理是一种客户怕上当受骗的心理，这种心理在客户群中很常见，也是一种典型的消费心理。

由于有这样的心理，所以做销售并不是一件容易的事，很多从事销售的销售员，他们从寻找客户开始，到成功地销售出产品或是推荐合作伙伴，期间不仅需要进行周密的计划、细致的安排，而且还要与客户进行重重的心理较量，销售员只有驾驭得住客户的心理，才能成功销售。

只要有手机的人，每天都会收到许多的垃圾短信，这种让我们深恶痛绝但又无可奈何的垃圾短信，让我们每个人都怕了。

可以说，现在的垃圾短信就成了过街老鼠，人人喊打，但是却也总是对它无可奈何。

这种垃圾短信涉及短信群发行业，对于熟悉互联网的客户来说，短信群发行业是相对透明的，然而，对于大部分客户来说，尤其是传统行业的客户，由于接触的信息少，有些甚至连电脑的基础应用掌握都不太全面的客户，就容易被这一行业欺骗。

对于这种服务，一般只收取短信费用，不再收取系统服务费或者软件费，也就是说，软件一般都免费提供。

若客户以前很少接触应用类软件，特别是互联网服务软件，大多可能还以为软件也需要付费购买，所以向服务商问及相关问题时，一些投机性强的服务商可能就乘机给客户罗列一个莫须有的收费单，客户也以为是理所当然，白交了不少莫名其妙的费用。

<<做最好的销售员>>

编辑推荐

《做最好的销售员:一招制胜的16个销售细节》：一流的销售员能够让顾客立即冲动；二流的销售员能够让顾客心动；三流的销售员靠一次次的努力让顾客感动；四流的销售员自己被动，导致的结果就是顾客一动不动。

而你要做就要做最好的一流销售员。

将销售落到细处，最好的销售员从不忽略细节。

聚焦“最好”，从销售细节着手，全面打造销售员最优素养，培养最佳销售能力，做最有战斗力的销售员。

成交高于一切，掌握一招制胜的销售细节，定能决胜销售战场。

如果不做总纺，那么就做一名最好的销售员，迈向销售的顶峰吧。

<<做最好的销售员>>

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>