

<<销售，我教你>>

图书基本信息

书名：<<销售，我教你>>

13位ISBN编号：9787802553941

10位ISBN编号：7802553946

出版时间：2010-5

出版时间：企业管理出版社

作者：张伟奇

页数：179

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，我教你>>

前言

或许你曾经有一个美丽的梦想：拥有一份高收入的工作，一套属于自己的房子，过上一种无忧的体面生活。

于是，你毅然决然地踏上销售的漫漫征途，努力实现心中的梦想。但世界没有平坦的路可走，当你打着领带、穿着西装，不分寒暑形色匆匆地穿梭在大街小巷时；当你早出晚归，心力交瘁地躺在床上痛苦呻吟时；当面对客户决然拒绝时，心中是否还是充满了无穷地力量，是否还是坚守着曾经的那个梦想，是否还在心底默默地规划着自己未来的人生方向？

面对肉体和精神的双重折磨，曾经的你是否已经开始在生命的旅途中漫无目的地游荡，眼中饱含自怜的泪水；是否也曾有过转瞬即逝的放弃念头？

如果“是”，那么你更应该明白，世界上每个人选择的道路都充满着机遇与绝望。

或许你身边的同伴经常获得成功，并邀请你与其一起分享这份喜悦；或许你曾羡慕不已；或许你已经开始心生怨恨与嫉妒。

但是，你是否想过自己为什么会失败，甚至将一次次的失败叠加在一起比金字塔还要高。因为在失败者的词典里经常会出现不可能、办不到、没办法、成问题、行不通、没希望……这类愚蠢的字眼，而成功者绝不考虑这些。

成功的奖赏远在征途终点，并非起点附近。

当你踏上第一万步的时候，仍然可能遭到失败。

但成功就藏在拐角处，如果你没有勇气跨过这道坎、拐过这道弯，你就永远不会成功。

今天，你选择了销售，就要勇敢地微笑着面对销售路上的拒绝、责骂、委屈……只要你有信心、有信念、有智慧、有梦想就永远不会贫穷。

销售，无疑是一条从贫穷到富有的最佳途径，但也是一个选择了就注定颠沛流离的行业。许多人奉献了青春，透支了健康，为的不就是实现心中的梦想吗？

扪心自问，你一定要成功吗？

如果“是”，那么，你一定要比别人更为执著！

比别人更富于梦想！

比别人有更高的期望！

成功者之所以成功，是因为他们有着成功的决心。

请不要再为自己找借口，为自己找借口的人都是拒绝成功的人。

我行、我能、我可以、没问题……这是顶尖销售员必胜的信仰。

相信自己，你也能成为推销赢家。

销售是一种以结果论英雄的游戏，除了成交，别无选择。

带着激情去学习吧！

如果你不懂得满足客户需求，你无法销售；如果你没有沟通力、影响力，你也无法销售；如果你不懂得倾听，那你更是无法销售。

不要害怕拒绝，坦然地面对，用快乐和自信来打动你的客户。

请相信自己，忘却痛苦！

坚守信念！

努力奋斗！

一定会获得成功！

<<销售，我教你>>

内容概要

伟奇销售力研习中心是中国唯一的以推动中国销售职业化进程为己任，以企业及个人的销售力全面提升为目标的研究机构。

秉承“销售就是生产力，能卖才是硬道理”的理念，始终高屋建瓴地关注全球营销的前沿动态，结合中国营销业的发展，积极的探索和实践，研发了符合中国销售市场的前瞻、系统、适用、实效的营销资讯和课程。

是中国最专业的营销资讯和课程的研发机构。

<<销售，我教你>>

作者简介

张伟奇

中国十大培训师

中国销售力研究院执行院长

深圳市浩瀚企业管理顾问有限公司董事长

伟奇销售力研习中心校长

全球近五十家机构智慧合伙人

清华大学、上海交大、香港财经学院等国内外数所大学EMBA、MBA班客座教授

被媒体誉为销售思想家/销售哲学家

唯一一位被中国百强企业以及广泛中小企业都极力推崇的销售教练

圈内人称：校长

辅导过的企业数百家，面授学员超过50万(截止2009年12月31日)

个人网站：www.zhangweiqi.com

邮箱：vikizhang360@163.com

<<销售，我教你>>

书籍目录

前言序言第一章 学卖先学买 购买的五大条件 购买的心路历程第二章 建立信任关系 不信任的“动机”危机 情感账户+互惠 专业第三章 需求沟通 不明确型客户 半明确型客户 完全明确型客户第四章 价值塑造 价值拉动人去买 价值塑造四要素第五章 问题解决与缔结 问题的源头 解决问题的步骤 问题的三种类型 缔结问题的关键第六章 销售风险的预测与规避 销售人员不懂营销 一开始就见决策者以为对方在货比三家 不考虑多方受益 不进行问题的推演 “变脸”太快第七章 转身看销售 销售就是尽力让人接受 销售的能力决定了你的生活品质 三心二意一焦点

<<销售，我教你>>

章节摘录

1.需求是客户购买的第一信息 在做培训的时候，我经常地问：“需求是什么？为什么有人有需求，有人没需求？”

学员们通常会回答：“因为他要买，所以他有需求。”

于是，我再问：“有人为什么买？”

有人为什么不要买？

这时，学员们往往会用一些含糊不清的语句回答：“能够带来某种好处，有吸引力，能够满足不同阶段生存和发展的需要，完成某种目的……”我相信大家对需求也有感觉，只是用语言表达不出来。

但是，当我们不能用语言很准确的表达出来的时候，给人的感觉很可能也是“模糊不定”。

所以，在我们和客户互动的时候，首先要打开客户的需求。

并及时、有效地推动他们的需求。

那么，需求究竟是什么？

在这里，我给大家一个定义，但不是我炮制出来的，而是很多经验丰富、对生活和工作充满热情的学者或专家总结出来的：从经济学来讲，需求就是需要且能够支付的愿望，问题是人们为什么有意愿？从心理学来讲，需求就是我们每一个人期望状态和现实状态之间的差距感，以及弥合这种差距感而产生紧迫感的一种综合反应。

用通俗的语言表达：需求就是有不满、不满意的心理状态。

然而，有些人经常会把需求和购买混到一起，误认为需求是购买的唯一条件，甚至会认为需求决定购买力。

那么，我会问大家一个问题：“如果你今天没有钱去买东西，你是不是就没有需要的东西，或没有需求？”

当然有，甚至是特别需要！

所以，客户的购买能力与需求是没有关系的！

试想，如果你今天是一位百万富翁或亿万富翁，难道商场里所有的东西你都会买回去吗？

不会！

再试想，有没有一些东西是从来没有哪个供应商或者营销人员推销给你，但你心里很想要的？

有！

所以，需求是客户有不满、不满意的心理状态，有时候和购买力并没有关系，只是引发客户产生购买行为的一种信息。

例如，我们早上出发赶往某地，由于路途有点远，而且早上没有吃饭，途中我们会肚子饥饿，这时候我们就有需求！

但是这个时候既没有服务区，也没有人卖东西吃。

这就告诉我们，需求和有没有供应商、有没有人卖东西也是没有关系的！

退一步讲，即使我们找到了服务区，一下车就直奔卖饭的地方去买东西，但是现在时间太早了，还没有卖饭的。

此时，我们有没有需求？

有！

但这时候我们依然没有办法去购买！

所以，需求和购买是两个概念，需求是有不满、不满意的心理状态。

换句话说，当我们去考察客户是否有需要的时候，不要去想我们的产品好不好。

我们经常会走进一个误区：当客户知道我们的产品有多好的时候，自然就会买了！

但是，我想告诉你：产品好不是客户购买的理由，只有有需求的客户才会产生购买行为。

作为销售人员，如果不了解客户的需求，必然无法有针对性地满足客户的需求。

2.客户不会因为你的产品好而购买 有两个销售人员去卖灭火器。

第一个销售人员挨家挨户地敲门：“你好，我是消防器材公司的，我们的灭火器质量非常好……”话

<<销售，我教你>>

还没有说完，对方通常会马上表示：“不需要！”

”然后嘭的一声重重地把门关上。

于是，第一个销售人员再去拜访下一家，结果还是一样！

最后拜访了100家，有99家说不需要，还有一家说：“滚”！

第一个销售人员心里非常难受——怎么会碰到这样的人！

第二个销售人员同样是挨家挨户地敲门，但他的运气比较好。

他去敲门的时候，恰巧对方后院着火了！

所以，当他敲开客户的门说：“您好！

我是消防器材公司的……”对方不等销售人员把话说完，便抢过灭火器说：“少废话，先拿来用了再说！”

”从客观角度来讲，第二个销售人员把灭火器卖出去了。

但大家从买的角度来考虑，为什么同样是销售同一件产品，第一个销售人员遭到无数次拒绝，而第二个销售人员却能把灭火器卖出去？

其实，正是第二个销售人员的客户有不满意的心理状态、有需求！

虽然有很多人平时做销售像第一个销售人员那样努力、勤奋，但这些人并不知道销售应该怎么做，甚至不明白销售是什么，他们往往用错误的理论来指导自己的工作，并错误地认为：只要东西好，客户肯定就会买！

我们不得不承认，这是理念认知不到位！

客户不会因为你的产品好而购买，产品好不是购买的全部理由，它只是需要的理由之一。

客户买东西首先是因为有问题，然后这个问题会推动着他去找产品，当然产品有好有坏，然后他会从中选择好的产品。

但很多人往往抓住这一点不放：既然是因为产品好才买的，我们只介绍产品的好处就可以了！

当然，这样做可能会有一定的效果。

如果此时的客户是有问题的，而且已经走到了这个环节，我们的产品可能刚好符合他的标准，一拍即合。

但是，如果我们碰到客户没有问题又该怎么办呢？

如果我们还是一味地讲产品的好处，这就是问题！

在实际工作中，一些销售人员往往容易走进这个死胡同。

他们在不了解客户真实需求的情况下，盲目地向客户介绍产品。

他们认为：只要产品好，不怕客户不购买。

而这样的结果只能是徒费口舌，白费力气。

一些销售人员在拜访客户时，他们总是以产品为中心，迫不及待地为客户展示产品的功能、品质，试图让客户成为他们的听众。

殊不知，拜访结束后，客户已经对他们的“底细”了如指掌，而他们对客户仍一无所知。

当客户挥手告别：“谢谢你的拜访，我们有需求时再联系你。

”这并不是向你发出“再见”的邀请，而是“永别”！

事实上，成功的销售人员并不是使出浑身解数说服客户，让客户知道自己的产品好，关键在于我们能否把握客户的真实需求——客户不是因为我们的产品好而购买，而是因为他们需要才购买。

所以，作为销售人员，只有认识到这一点，从客户的需求出发，才有成交的可能，否则将犹如在黑暗中前行。

<<销售，我教你>>

编辑推荐

或许你曾经有一个美丽的梦想：拥有一份高收入的工作，一套属于自己的房子，过上一种无忧的体面生活。

于是，你毅然决然地踏上销售的漫漫征途，努力实现心中的梦想。

但世界没有平坦的路可走，当你打着领带、穿着西装，不分寒暑形色匆匆地穿梭在大街小巷时；当你早出晚归，心力交瘁地躺在床上痛苦呻吟时；当面对客户决然拒绝时，心中是否还是充满了无穷地力量，是否还是坚守着曾经的那个梦想，是否还在心底默默地规划着自己未来的人生方向？

我行、我能、我可以、没问题……这是顶尖销售员必胜的信仰。

相信自己，你也能成为推销赢家。

有人年入千万，有人没钱吃饭，为什么？

同一家公司、同样的产品、同样的客户群，5%的销售人员赚取60%的佣金。

为什么？

为什么会怕，为什么客户会跑，为什么一个接一个的问题？

成功者做对了什么？

政客宣导施政理念——向民众销售 企业家推动变革、转型、发展——向员工、社会销售
创业者分享梦想募集资金——向投资人销售 专业人士争取委托、授权——向委托人销售 大学生找工作——向雇主销售 能源拥有者、大飞机制造商、穿白大褂的医生 路边的小贩、山里的果农、淘宝的店主 谁没有在销售？

销售就是生产力，能卖才是硬道理。

不可不知的消费心理、不能不学的销售方略。

全国100家咨询培训机构联名推荐，销售思想家 / 哲学家，张伟奇倾囊相授，让8000万销售员以销售为富、为乐、为荣！

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>