

<<专业销售>>

图书基本信息

书名：<<专业销售>>

13位ISBN编号：9787802556942

10位ISBN编号：7802556945

出版时间：2011-1

出版时间：企业管理出版社

作者：周静利 等编著

页数：189

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>

## 前言

《派力营销人员实战手册系列》中国营销人员的案头工具和入门手册三十多年来，伴随中国市场经济的快速发展和市场营销的普及教育，越来越多的中国企业已经认识到了市场营销对于企业经营的重要价值，部分领先的企业陆续设置了更加专业化和细分化的市场营销组织，并且在企业经营中发挥着日趋重要的作用。

为了方便企业各类营销人员的日常工作及培养营销新手，派力营销的咨询顾问们投入一年时间编撰并于1999年11月份推出了合计10本的《派力营销经理实战手册系列》，包括《营销经理手册》、《产品经理手册》、《广告经理手册》、《公关经理手册》、《促销经理手册》、《市场调研经理手册》、《渠道营销经理手册》、《销售经理手册》、《销售代表手册》和《导购代表手册》。

推出后因为持续热销，派力营销的咨询顾问们又于2004年更新出版了第二版并继续受到中国营销人员的热烈欢迎。

基于当今营销人员的工作需求，派力营销决定与时俱进的更新并推出第三版《派力营销人员实战手册系列》，并力求在质量上再上一个新的台阶。

作为《派力营销人员实战手册系列》第三版的重要一员，《导购代表手册》（第三版）共分八章：第1章讲述导购代表是什么、做什么、如何成为一位合格的导购代表，通过本章您就能了解导购代表的职业内涵、工作职责、工作流程以及导购代表所需的基本素质等；第2章讲述导购代表需要做好哪些岗位基本知识准备，这主要包括顾客知识、商品知识、终端卖场知识、竞品知识、公司知识以及礼仪知识；第3章讲述导购代表的专业销售技巧，从销售开启、展示商品、处理异议、促成销售、达成交易、出售连带品、收集信息、欢送顾客等各个环节详细描述导购代表如何科学地、有效地向顾客提供销售服务；第4章讲述导购代表的助销工作，主要包括导购代表如何优化商品与POP陈列、如何支持终端促销活动；第5章讲述导购代表如何积极处理顾客的抱怨，重点从识别抱怨、预防抱怨、接受抱怨、处理抱怨几个方面探讨，以及当顾客犯错时，导购代表应该采取何种态度与措施；第6章讲述导购代表如何收集市场信息，主要从本品信息、竞品信息、卖场信息三个方面展开；第7章讲述营销经理、人力资源经理如何选、育、用、留导购代表；第8章简单描述导购代表的职业规划。

感谢您阅读、推荐和指正《派力营销人员实战手册系列》，勉励派力营销与您共同进步！

派力营销咨询部全体同事 2010年6月1日

## <<专业销售>>

### 内容概要

中国大约有7000万销售从业人员，因为条件所限，大多没有接受过专业的销售训练，因而造成企业销售效率低，销售精英少而职业淘汰率高。

本书正是为了解决这一问题。

从20世纪90年代首次出版发行以来，累积发行达10多万册，深受专业人士和销售人员好评，已被中外众多知名公司选为内部销售培训教材。

本书共三篇，即职业准备篇、专业销售篇和效果改进篇，主要内容选自世界众多知名公司和专业培训机构的销售入门类培训教材，是真正专业的实践指导书籍。

衷心希望本书能为您的职业成长提供帮助，祝您成为销售精英阶层中新的一员。

<<专业销售>>

书籍目录

- 第一篇 职业准备篇
- 第一章 销售职业的魅力
- 第二章 塑造专业的形象
- 第三章 了解产品与客户
- 第二篇 专业销售篇
- 第四章 客户搜寻
- 第五章 面谈准备
- 第六章 销售陈述
- 第七章 有效演示
- 第八章 处理异议
- 第九章 终结销售
- 第三篇 效果改进篇
- 第十章 客户关系管理
- 第十一章 自我管理

## &lt;&lt;专业销售&gt;&gt;

## 章节摘录

公司内部的信息渠道从公司内部获取信息，是一个方便、快捷的途径。

(1) 公司销售培训方案。

许多公司都有销售培训，这些培训可能是几天，也可能是几个月，依具体情况而定。

公司的行政管理人员、销售经理、有经验的销售人员、公司技师和工程师、外面的专家都有可能参与培训，讲演、短片、幻灯片、角色练习、自由讨论、印发材料、到车间参观都是培训中所采用的方法，销售培训方案涵盖了公司的历史与组织状况、产业情况、消费者、产品信息、推销技巧以及其他有意义的内容。

除了培训新的营销人员外，大多数公司也对老销售人员进行培训，给他们介绍新产品、公司政策的变化、新的促销方案和技巧或者公司认为销售人员应掌握的知识。

另外，在公司的销售例会上也可以获取有关信息。

(2) 公司文献记录。

商业公司一般都提供书面报道，每周总结、销售手册、产品目录、产品和制度手册、年度报告、广告附件以及其他文献记录，这些销售人员都可以得到，许多有价值的东西都是通过这

些书面渠道获得的。新产品的公告和产品手册，详细描述了产品构造、安装、功能、修理方面的信息以及开发研究过程，认真阅读这些材料是很重要的，因为这样你可以迅速地回答顾客提出的技术方面的问题。

(3) 销售主管和其他销售人员。

你的销售主管和其他有经验的销售人员是获取信息的良好途径。

他们可能在这个领域中呆了很长时间，积累了丰富经验。

当你和这些人在一起时，要多问问题，仔细聆听，充分利用他们的知识。

(4) 产品、生产车间以及研究室。

仔细地研究你的产品。

如果有可能的话，自己试用这些产品。

这将帮助你更好地了解产品的性能、特点和用途，阅读产品上的标签、参观公司的生产车间、问车间工人一些问题，你对产品是如何生产出来的越了解，你就越欣赏这些产品。

如果你们公司有研究室，也可以去参观，研究人员们不停地检测产品，所以他们可以洞察产品的一切性质，而你可能比较缺乏。

公司外部的信息渠道除了公司内部信息以外，你还可以获取许多外部信息。

(1) 顾客。

你的顾客可以教会你许多东西，顾客们对产品的意见、他们的好恶以及他们对产品提出的改进建议都非常有价值，由于你的顾客可能曾与你的竞争对手会面，可能用过或者正在使用你们竞争对手的产品，因此，他们对你们竞争对手的产品也非常了解，所以你要认真倾听顾客谈话，并向他们请教有关问题。

(2) 竞争对手。

有很多途径可以知道关于你的竞争对手的情况：你们公司做广告，竞争对手也一样，观看他们的广告看他们如何评价自己的产品和服务；试用对手的产品，以了解它们的优缺点；阅读对手的年度报告与发布的信息，这会提供很多将来与现在的信息；可能的话，还可以查看他们的产品目录与价格表，你对对手知道得越多，你就越有成功的把握。

(3) 商业出版物。

你可以通过许多商业出版物获取信息，许多期刊和报纸都有关于经济和各种主要产业的文章，有一些出版物专门提供销售信息。

另外，还有一些特定产业的杂志，你必须熟悉本行业的各种出版物。

你还可以去公共图书馆查阅资料，它们可以提供一系列信息，如果你对当地图书馆不熟悉，你可以看一些有帮助的书，或与信息研究中心联系，他们可以为你追踪你所需要的信息。

(4) 商会组织。

## <<专业销售>>

很多行业都有商会组织，这些协会可以搜集本行业的信息并传达给每一位会员，你必须熟悉本行业的协会以及它们的出版物和提供的各项服务。

(5) 商业展览。

商业展览就是某个特定行业的许多公司展出自己的产品，吸引顾客兴趣，大多数行业每年都举办全国性和地区性的展览，这为销售人员获取竞争对手的产品信息提供了很好的机会。

你每年都应该参加一个或更多的类似展览，观察你的对手的产品，观看他们所做的说明，获取产品情况说明书，而且，你还应该尽可能地同那些潜在顾客谈话。

## 编辑推荐

《专业销售--专业销售培训教材》:三十多年来,伴随中国市场经济的快速发展和市场营销的普及教育,越来越多的中国企业已经认识到了市场营销对于企业经营的重要价值,部分领先的企业陆续设置了更加专业化和细分化的市场营销组织,对营销人员的选、育、用、留也更加重视和专业。

为了方便企业各职能岗位的日常工作及培养营销新手,派力营销的咨询顾问们投入一年时间编撰并于1999年推出了合计10本的《派力营销经理实战手册系列》,包括《营销经理手册》、《产品经理手册》、《广告经理手册》、《公关经理手册》、《促销经理手册》、《市场调研经理手册》、《渠道营销经理手册》、《销售经理手册》、《销售代表手册》和《导购代表手册》。

该手册系列图书推出后因为持续热销,派力营销的咨询顾问们又于2004年更新出版了第二套手册并继续受到中国营销人员的热烈欢迎。

基于当今营销人员新的工作需求,派力营销决定与时俱进的更新并推出全新的《中国营销人员实战手册系列》,并力求在质量上再上一个新的台阶。

## 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>