

<<王牌销售员>>

图书基本信息

书名：<<王牌销售员>>

13位ISBN编号：9787807057277

10位ISBN编号：7807057270

出版时间：2008-7

出版时间：成都时代出版社

作者：周志轩

页数：185

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>

## <<王牌销售员>>

### 前言

销售是一种实践管理学大师彼得·德鲁克在《管理的实践》一书中曾反复强调过一个观点：“管理是一种实践而不是一种科学或专业，虽然它包含这两方面的因素。

”与管理相比，销售则更是一种实践。

一个好的销售员，他不一定需要精通各种销售理论，只要能得到客户的认可，他就是一个好的销售员！

因此，我们可以肯定，一名好的销售员，一定是善于观察、善于和人打交道的。

本书没有过多介绍各种流行的销售理论和所谓的秘诀，而把重点放在对销售人员基本素质和基本技巧的培养上。

基本素质是取得销售成功的前提。

不难理解，一个基本素质过硬的

## <<王牌销售员>>

### 内容概要

现代社会，最典型的工作职位无非为两种：销售岗位和技术岗位，大多数企业的高层管理者往往来自这两种岗位。

可以说，绝大多数成功者都是从王牌销售人员或技术专家队伍中成长起来的。

这其中，销售岗位更强调全面的综合素质以及工作实战中的技巧，同时对有志成为王牌销售员的人也提出了更高的技能要求。

本书是原任中国平安集团市场部总监、经济管理与营销专家周志轩博士根据其丰富的实战经验以及长期为工商企业管理人员培训的经验，撰写的一本销售人员素质培养与销售实务技巧的著作，系统介绍了一整套易学易用的销售知识，包括销售基础、个人素质提升、寻找目标客户、挖掘客户需求、促成交易、货款回收等，是各类企业培训或有志从事销售工作人士的必修课。

本书所介绍内容语言浅显易懂，案例丰富生动，配合幽默风趣的漫画插图，使阅读、学习更为轻松，可以有效帮助读者快速学习销售知识，提高实战技能！

## <<王牌销售员>>

### 作者简介

周志轩，经济学博士，中国咨询式培训第一人，国际职业培训师协会理事，麦肯锡咨询公司（Mickinsey）、科特勒营销集团（KMG）长期合作伙伴，为超过800家企业进行过咨询式培训，亲自为三十五家国内知名大型企业主持战略规划、人力资源、市场营销等咨询项目，十二家大型上市企业的常年管理顾问，清华大学、中山大学、深圳大学、北京工商大学客座教授。

历任中国平安集团公司战略发展中心项目总监，负责集团综合开拓、销售体制改革、人力资源改革等；集团市场部总监，负责公司整体业务的组织与推动、员工队伍的培养与训练。是不可多得的具备丰富实战经验的管理大师。

## &lt;&lt;王牌销售员&gt;&gt;

## 书籍目录

开篇寄语【基础知识篇】第一章 销售的基础知识 一、销售基础知识概述 二、销售人员必须了解的基本销售方式 第二章 销售人员的个人素质 一、销售人员的商务礼仪 二、良好的自身修养 三、加强心态修炼 四、扎实的专业知识 第三章 如何寻找目标客户 一、做好市场调查 二、寻找目标客户 三、建立客户资料档案 四、如何接近客户【实战技巧篇】第四章 如何挖掘客户的真实需求 一、客户需求的种类 二、了解客户需求的方式 三、怎样挖掘客户的潜在需求 四、与客户保持紧密联系,赢得客户好感 五、如何应对不同类型的客户 第五章 如何通过产品展示赢得客户 一、产品展示的方法 二、产品展示应注意的原则 三、展示过程中突发事件的处理 四、用创意的展示带动销量 第六章 如何促成交易 一、捕捉成交信号 二、抓住成交的时机 三、促成交易的技巧和原则 四、促成销售应该注意的问题 五、向大师取经:世界销售大师的成交技巧 六、交易之后进行经验总结【售后技巧篇】第七章 如何做好货款回收 一、预防拖延付款的策略 二、回收账款的方式 三、第一时间有效收款的诀窍 四、收款期间应注意的细节 第八章 做好售后服务实现持续发展 一、如何处理顾客抱怨 二、做好售后服务,留住老顾客 三、拓展客户群 四、不断创新,让销售之树常青

## &lt;&lt;王牌销售员&gt;&gt;

## 章节摘录

【基础知识篇】 第一章 销售的基础知识 一、销售基础知识概述 1.什么是销售  
营销大师菲利普·科特勒曾说：“市场营销最简短的解释是：发现还没有被满足的需求并满足它。这是一个整体思维体系，你的成功不是做别人已经做成功的事，而是找到人们想买却只有你能卖的东西。

”从营销的定义中，我们一起来总结销售的定义。

什么是销售呢？

简单说来，销售就是介绍商品所能提供的价值，以满足客户特定需求的过程。

这里的商品当然包括有形的商品及无形的服务。

满足客户特定的需求是指客户特定的问题被解决，或者客户特定欲望的达成（被满足）。

要让客户的这种特定需求得到满足，只有靠提供能够符合客户利益的特定商品。

简言之，销售就是一个从目前状况中发现需求并通过销售的行动来满足这些需求，解决目前状况，从而为顾客获取最佳的理想状况的过程。

因此，需要有人找出商品所能提供的特殊价值，满足客户的特殊需求。

这就决定了需要有销售人员的存在。

2.营销、推销、销售的区别 营销是一个宏观概念，销售则是一种微观上的概念，因此，销售与营销是不同的。

销售是指推销产品的一种活动或过程，是营销的一个组成部分。

营销的概念还包括市场推广、广告宣传、品牌树立等。

销售所实现的往往是短期目标或当期目标，而营销所追求的却不仅有短期目标的实现，更有长远目标的延伸和积累销售所实现的目标是有形的，营销所实现的目标是无形的，但却是有力的。

如果企业的市场营销人员搞好市场营销研究，了解并满足顾客需要，搞好促销等市场营销工作，那么不用费力推销，产品也可以较容易地销售出去。

推销只是市场营销的一部分，是企业围绕商品销售展开的各项活动，一般是指人员推销。

推销重在产品，着重于卖方需要；营销则重在服务，着重买方需要。

推销是企业市场营销人员的职能之一，但不是其最重要的职能。

如菲利普·科特勒指出的，推销不是市场营销最重要的部分，而只是“市场营销冰山”的尖端。

推销需要先生产后销售，营销则注重先需要后生产；推销需要通过销售来获得利润，营销则通过赢得顾客满意来获得利润；推销是战术，营销是战略。

## <<王牌销售员>>

### 编辑推荐

面对如火如荼的市场竞争和对手取得的成功。

您还在不知所措吗？

面对公司不断提高的业绩要求和同事的优秀业绩，你还能永远无奈吗？

面对众多重量级客户的流失，您还指望过时的销售方式与技巧能挽留他们吗？

你必须做白热化的市场竞争中攻城略地的王者！

《王牌销售员：成为王牌销售员的自训手册》没有过多介绍各种流行的销售理论和所谓的秘诀，而把重点放在对销售人员基本素质和基本技巧的培养上。

如果你想要成为一名王牌销售员，那就好好读读这本注重培养素质和销售常识的书。

《王牌销售员：成为王牌销售员的自训手册》用浅显易懂的文字、生动风趣的插图，让你可以轻松掌握一个王牌销售员的必备技能！

<<王牌销售员>>

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>