

<<硬球销售>>

图书基本信息

## <<硬球销售>>

### 内容概要

《硬球销售》对销售人中传达了非常重要的信息，并且向追求成功的销售员提供了重要的经验教训。

这可不是一本介绍销售的普通读物。

市场上充斥着各种指导“怎样做”的书籍，其中大部分在内容上相差无几，只是在写作风格上有所变化。

所以我没有必要再写一本没有什么特色的书。

我的目标是提供实质性的内容，做到与众不同。

你在我这本书里会看到在其他讲述销售的书里看不到的东西，我的观点虽然颇具争议，但我很清楚自己的方法行得通。

你肯定会获得很多关于销售的新思路。

也许你不会赞成书中所有的观点，但我敢肯定这些观点是很有启发意义的。

《硬球销售》得益于我和这些销售领军人物的亲密接触，这种独特的资源优势是其他作家所没有的。

这本书里引用的材料很大部分来源于大理的原创录音访谈。

我在《硬球销售》里探讨的理念是全新的，我以前写过的书里从没有提到这些观念。

这些注明“不可引用”的意见是你真正需要的忠告，你不可能在其他地方看到或者在学术研讨会上听到。

<<硬球销售>>

作者简介

罗伯特·舒克：自1978年起成为全职作家。  
他是舒克联合公司、美国管理人员公司和美国管理人员保险公司的创办者和前任董事长。  
舒克的写作范围包括非小说类和商业类的图书。  
其代表作有《最佳销售故事》、《本田：美国的成功故事》等等。

## <<硬球销售>>

### 书籍目录

导言：“不可引用”第一章 硬球原则硬球销售的四个原则拖沓的倾向谁都不喜欢拖沓有必要施以高压微妙施压效果才好硬球销售的一个有力的例证回报递减的规律一种非敌对关系帮助客户正确决策不以一次销售论成败锲而不舍百分百接受硬球原则硬球销售的程序化第二章 登门拜访了解关键的把关人第一次使用硬球策略打造成功的形象做好心理准备如何与把关人交谈执行任务利用“关系”直奔生意主题足智多谋打硬仗身体形象第三章 赢得销售，而非赢得朋友千万不要吹捧客户没有免费的午餐害怕客户的拒绝不要欺骗朋友不要再当好好先生坚定直率错觉幻想第四章 胜人一筹第五章 控制销售第六章 瞄准大客户，赚取高回报第七章 创造迫切的购买欲第八章 主场优势第九章 不达目的不罢休第十章 留住客户第十一章 硬球销售的行为守则第十二章 全球销售第十三章 结束语

## <<硬球销售>>

### 媒体关注与评论

“舒克的《硬球销售》极具有效性和争议性，同时充满了成功的推销技巧。我强烈推荐这本书给每一位销售人员。

”——Martin D. shafiroff，世界头号股票经纪人 “不仅仅是关于推销技巧的普通读物……《硬球销售》姗姗来迟，但注定会成为经典。”——James Gan，消费者联合俱乐部公司的创办人 “卓越的销售致胜之道。”

”——Mary Kay Ash，玫琳凯化妆品公司创办人

<<硬球销售>>

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>