

<<推销的境界>>

图书基本信息

书名：<<推销的境界>>

13位ISBN编号：9787807288527

10位ISBN编号：7807288523

出版时间：2008-4

出版时间：广东经济

作者：朱祥全

页数：225

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>

## <<推销的境界>>

### 内容概要

推销理念决定推销境界，推销境界决定推销效果。

初级推销员注重的是技能，推销的是产品；中级推销员注重的是方法，推销的是产品和服务；高级推销员注重的是观念，推销的是服务和概念，产品的推销水到渠成；超级推销员注重的是境界，推销的是爱心和人格，上善若水，厚德载物，无为即大为，无销胜有销！

## &lt;&lt;推销的境界&gt;&gt;

## 书籍目录

自序·推销人生导言·感悟推销 第1步：正视——推销，无处不在 第2步：追溯——推销，无时不有 第3步：感知——推销，无孔不入 第4步：坚信——推销，无所不能 第5步：境界——推销之技·法·道 剑技、剑法、剑道 销售之技、销售之法、销售之道 技中之道、法中之道、道中之道 开篇·销售之志 第6步：坚定销售之“志” 第7步：选择，决不回头 理由之一：选择了销售，意味着认同了你的兴趣爱好 理由之二：选择了销售，意味着明确了你的职业定位 理由之三：选择了销售，意味着确定了你的事业取向 理由之四：选择了销售，意味着接受了销售的挑战性 理由之五：选择了销售，意味着选择了精彩的人生起点 理由之六：被销售选择，意味着你已经“没有选择” 第8步：坚持，决不放弃 坚持，乃成功之母 坚持，以“坚持”为终点 第9步：坚持，决不盲目 坚持，以信念为旗帜 坚持，以学习为力量 坚持，以实践为载体 坚持，以思考为方向 坚持，以激励为动力 坚持，以创新为腾飞 第10步：坚持，决不茫然 严谨践行“大”与“小” 高远把握“远”与“近” 理性看待“成”与“败” 上篇·销售之技 第11步：熟练销售之“技” 第12步：出示你的“入场券”——形象 要领之一：欲推商品，先推人品 要领之二：外出会客，先照镜子 要领之三：未闻其声，先见其笑 要领之四：行为举止，先求得得体 第13步：用好你的“推荐信”——礼仪 要点之一：握手——传递你的温暖和力量 要点之二：名片——自我介绍的私人秘书 要点之三：说话——语言如水可载舟覆舟 要点之四：聆听——相信此时无声胜有声 第14步：亮出你的“学历证”——气质 要素之一：职业气质 要素之二：亲善气质 要素之三：绅士气质 第15步：展示你的“特别通行证”——魅力 要素之一：自信魅力 要素之二：聪慧魅力 要素之三：人格魅力 魅力形成：外修内炼，健美自然 第16步：如何在讲堂上推销自己 讲话——弄清七个问题 讲稿——把握九大要点 目光——给听众一束阳光 停顿——给自己一个驿站 第17步：如何在会议中推销自己 主——体现主人的热情和周到 客——表露客人的谦逊与大气 第18步：如何在谈判中推销自己 内——展示现代精神和双赢理念 外——展露高尚品质和博大胸怀中篇·销售之法 第19步：精通销售之“法” 第20步：推销的总体原则 “三得体”原则 “三熟悉”原则 “三适合”原则 第21步：顾问式销售法 顾问之一：附加值顾问 顾问之二：亲和力顾问 顾问之三：针对性顾问 顾问之四：高境界顾问 第22步：跟踪式销售法 要点之一：确定最佳对象跟踪销售 要点之二：跟踪销售之策略与技巧 第23步：服务式销售法(上) 深明服务意义——服务也是营销 树立服务理念——从大处着眼 注重服务细节——从小处着手 第24步：服务式销售法(下) 售前服务——成功销售的良好开端 售中服务——客情关系的牢固纽带 售后服务——持续销售的有效延续 电话服务——便捷高效的服务方式 第25步：流程式销售法 流程式销售操作程序及技巧 流程式销售员素质与能力 第26步：维护式销售法 维护式销售之意义和价值 维护式销售之策略与技巧 分析客户忠诚度，调整维护策略 下篇·销售之道 第27步：修炼销售之“道” 第28步：危机销售之道——寻“机”于“危” 案例一：输了一场官司，赢了高端市场 案例二：赢了一场官司，输了整个企业 案例三：高压锅事件，高姿态处理 “危机销售”六大要点 第29步：亏盈销售之道——亏到位，赢到家 “亏本销售法”——将欲取之，必先予之 “亏”的最高境界——亏到位 “赢”的最佳状态——赢到家 “高速公路”与“高速销售” 第30步：创意销售之道——推陈出“新” 创意无处不在，掉杯亦有门道 创意三字经：新、异、变 创意基本功：学、思、用 第31步：爱心销售之道——上善若水，水到渠成 上善若水，厚德载物 上善若水，润物无声 上善若水，水到渠成 第32步：无为销售之道——“无为”即“大为” “无为”、“无为而治”与“无为销售” “诚信童话”与“无为奇迹” 无私即大私，无为即大为后记

## &lt;&lt;推销的境界&gt;&gt;

## 章节摘录

导言·感悟推销 第1步：正视——推销，无处不在 1 “推销”为何物？  
提到推销，人们很容易就会想到保险公司的寿险顾问、商店门H的促销小姐、陌生拜访的销售代表、走街串巷的小商小贩。  
固然，这些人都是地地道道的职业推销员，他们的全部工作就是“推销”，就是向顾客销售产品或服务。

难怪《现代汉语词典》（修订本）对推销的解释非常简单，总共只有七个字：“推广货物的销路”。但笔者认为，这些都是职业的推销、狭义的推销，它体现的是推销最朴素也最核心的内涵。

事实上，随着社会的不断向前发展，许多词义的外延也会随之扩大。“推销”一词也一样，它的含义与特性其实可以从多方面去理解，比如，有商业的推销、文化的推销；有宗教的推销、政治的推销；有生存的推销、发展的推销；有诱导的推销、强制的推销；有美丽的推销、丑陋的推销；有显性的推销、隐性的推销；有具体的推销、抽象的推销；有物质的推销、意识的推销……总之，有狭义的推销、广义的推销。

惟其如此，所以推销无处不在，其范围之广几乎可以覆盖所有行业 and 所有人士，甚至包括我们的整个生活。

我这样评说推销并非夸大其词。

诸位请注意，只要你用“推销”的理念放眼望去，你一定会发现，在这个世界上，岂止是商界有推销、推销员在推销？

远远不是。

无论商界还是政界、老板还是官员，无论集团还是个体、总统还是乞丐，无论男人还是女人、天使还是魔鬼……所有的组织所有的人都在推销！

虽然推销的旗号不同、内容不同，推销的方式不同、水平不同，推销的动机各异、境界有别，但推销的大方向、推销之目的，在本质上都殊途同归——将自身“卖”出去，让公众“埋单”。

……

## <<推销的境界>>

### 编辑推荐

《推销的境界：32步成就推销高手》将介绍：我们能回避推销、漠视推销吗？

不能，因为推销无处不在、无孔不入；我们能讥笑推销、藐视推销吗？

不能，因为推销无时不有、无所不能；何况我们的工作、社交、企业、生活乃至整个人生都离不开推销呢？

自然，我们也不能小看那些不辞辛劳、笑容可掬的推销员，因为，今天的他们，谁能断言就不会是明天的李嘉诚、吉拉德、卡耐基、福克斯呢？

而我们理当做的应该是，客观地看待推销，理性地应对推销，艺术地驾驭推销，让推销美化我们的形象、传递我们的思想、成就我们的事业、精彩我们的人生！

想成为身怀绝技的推销高手吗？

想在销售竞技场游刃有余吗？

那就赶紧练功吧！

宝剑在此，剑剑诀在此！

<<推销的境界>>

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>