

<<眼镜销售学>>

图书基本信息

书名：<<眼镜销售学>>

13位ISBN编号：9787811113167

10位ISBN编号：7811113163

出版时间：2008-1

出版时间：东华大学

作者：魏峰

页数：193

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>

## &lt;&lt;眼镜销售学&gt;&gt;

## 内容概要

本书致力于既要涵盖眼镜销售各方面的理论，又要满足通俗易懂、实用简炼的培训思路，为读者提供了丰富的资料，使大家在读完本书后能够很快地应用于相应的销售工作中。

本书共有八章，每个章节后均有相应的思考复习题，以供更好地消化和吸收本书的重点部分。

### 第一章 眼镜销售概论。

从销售的基本定义和中国眼镜零售的发展历史，描绘了眼镜这种专业产品在中国的销售变迁过程，对眼镜销售的职业性质和专业销售的要素进行基本定义。

### 第二章 眼镜零售。

销售人员的十项全能技术是眼镜零售第一线销售人员的职业技能的十个方面，对许多刚入行的新手的训练往往从这十项技能开始，它包括：行业专业的三大技能、销售技巧的四大技能和顾客研究的三大技能。

### 第三章 眼镜的购买心理理论应用。

从心理学到销售心理学、剖析了顾客心理活动过程、情感过程和意志过程，并通过眼镜销售的具体案例介绍了七个销售心理学的一般规律。

### 第四章 眼镜的购买行为。

从人们购买的原因到选择的标准，从买点和卖点到兑现性承诺等等，洞察了顾客在眼镜消费中的动机和反应，为销售人员准确地安排销售流程和后续措施提供了技术指引。

### 第五章 眼镜的销售技能。

根据眼镜这种特殊商品的固有特性，反应在销售上面必须具备相对应的销售技能，包括接待与服务、识别顾客利益点、销售沟通、产品介绍和销售纠纷的处理等。

### 第六章 眼镜销售的三大定律八项注意。

任何一个行业在销售上都有一些定律和注意，眼镜销售概莫能外，其中最重要的三个定律分别为个人认同定律、利益认同定律和价值认同定律。

### 第七章 眼镜的销售流程。

销售的实质就是在不确定中确定销售，完成这一过程，需要根据顾客的购买决策流程来设计我们的销售流程，使销售过程与顾客的购买决策有效和谐，从而提高销售效率。

它包括九个步骤：探索需求、专业检查、初定方案、获得承诺、确定方案、消除异议、正式成交、加工配装、售后服务。

### 第八章 眼镜的体验销售。

在市场和产品细分的今天，眼镜中高端产品必须通过体验才能进行更好的销售。

有时，销售的核心就是体验，而不是眼镜本身。

本章内容有眼镜体验销售的基础、眼镜体验销售的营销法则、建立体验式营销体系的步骤和体验式销售的顾客感受等。

## <<眼镜销售学>>

### 作者简介

魏峰先生，上海依视路光学有限公司技术培训总监。

1983年毕业于上海交通大学，曾先后供职于国营企业、政府机构、民营企业和外资企业。

对国内企业，尤其是眼镜行业的发展，具有丰富的经营和管理经验，并写有《眼镜产品的质量检验》、《眼镜企业的经营管理实务》、《ISO9001-2000版质量手册范本》等书。

近十年来，魏峰先生发表了大量眼镜营销方面的文章。

其中，眼镜体验式销售方法的成功推广，进一步巩固了他作为中国眼镜行业最具创新力的营销培训专家地位。

为提高眼镜行业从业人员的专业素质及业务能力，他还主持策划并参与创立了天津万里路视光技术学校，担任“经理人营销、管理培训班”课程的主讲教师。

魏峰先生多年来一直致力于眼镜零售业销售力的研究和传播。

由于在培训课程中大量应用了销售心理学和行为学的理论，他的授课内容很丰富，深入浅出，生动活泼，情趣盎然。

他还创立和开办了“眼镜的体验销售”、“眼镜零售的十大误区”、“三大定律八项注意”、“卓越销售技能”、“店长的人际管理能力”等近年来蜚声眼镜业的眼镜营销和管理培训课程。

## <<眼镜销售学>>

### 书籍目录

第一章 眼镜销售概论什么是销售中国眼镜销售的历史变迁销售成功需要什么专业销售的基本要素第二章 眼镜销售的十项全能技术行业专业的三大技能销售技巧的四大技能顾客研究的三大技能第三章 眼镜的购买心理心理学概述销售心理学顾客心理活动过程分析顾客心理活动的情感过程顾客心理活动的意志过程顾客购买的自我本位心理销售中的互惠原理承诺保持一致原理社会认同原理喜爱与熟识原理相信权威原理短缺原理第四章 眼镜的购买行为人们购买的原因选择标准看法（VOC）买点和卖点兑现性第五章 眼镜的销售技能接待与服务识别顾客利益点销售沟通产品介绍销售纠纷的处理第六章 眼镜销售的三大定律八项注意睛眼销售的三大定律眼睛销售的八项注意第七章 眼镜的销售流程探索需求专业检查初定方案获得承诺确定方案消除异议正式成交加工配装售后服务第八章 眼镜的体验销售体验经济的由来体验经济的实质体验经济的价值眼镜体验销售的基础眼镜体验销售的营销法则建立体验式营销体系的步骤体验式销售的顾客感受附录一 眼镜销售职业是否适合你附录二 销售力指数自我检测表附录三 专业销售人员的多重角色

## <<眼镜销售学>>

### 编辑推荐

《眼镜销售学:眼镜销售人的第1本书》：随着市场经济的发展，眼镜销售从产品匮乏的年代早已进入到产品过剩时期，在这一过程中，对一个企业来说，决定经济效益的关键是人——销售人员的销售能力将直接决定销售团体是生存还是消亡，眼镜销售人员不仅要有坚定的信念、敏捷的关脑，还要有丰富的产品知识和专业的品牌、质量、功能、价格，甚至还要比较销售人员的服务态度、专业知识等，眼镜销售已经成为一门实战性、专业性很强的技术。

<<眼镜销售学>>

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>