

<<一分鐘推銷人>>

图书基本信息

书名：<<一分鐘推銷人>>

13位ISBN编号：9789861773292

10位ISBN编号：9861773290

出版时间：晨星出版有限公司

作者：史賓賽．強生（Spencer Johnson），賴利．威爾生

页数：160

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>

<<一分鐘推銷人>>

前言

富邦人壽北四區部部長 梁國榕 「一分鐘」能做些什麼事？相信有很多在銷售領域工作者，如果知悉，原來一分鐘可以有那麼多具體作為，而且又可以很簡單學習時，肯定會很興奮，我邊看作者的分享，邊植入自己的銷售模式，交叉比對，腦海裡發生了很有趣的景象，在腦中的片段，都是過去自己成功銷售的行為，沒錯！

「一分鐘推銷人」談的不只是銷售，呈現出來的是銷售的出發、流程、結果，都和「人」有極為重要的關聯與認知。

最好的影響力量 - 『分享』 我本身就是一個Sales，在閱讀「一分鐘推銷人」時，發現作者所分享；銷售的觀念、方式、價值、壓力排除、成功思考邏輯、目標和目的運用方法...，很實際、很貼切，透過著作帶領讀者，建立預演的能力，讓銷售的前、中、後，猶如電視、電影劇本一般的呈現，同時學習推銷高手，如何在自導自演的銷售情節中，可以做自己又能很愉快。

最棒的銷售技巧 - 『態度』 很多Sales喜歡找尋技巧，因為在銷售領域中，技巧似乎扮演著締結簽約的關鍵，很棒的是，在閱讀本著作時，發現「一分鐘推銷人」的作者，透過閱讀本著作，將銷售的訓練課程影像化，逐步的帶領讀者，以預演的方式領悟，「人」在被推銷過程中，能感受到非常愉快，是因為客戶的問題獲得了解決，所以善用以「人」為本的銷售模式，是一種積極的態度，更是一種必備的技巧。

最佳的傳承方式 - 『複製』 簡單的複製是組織傳承的重要技能，從銷售主管的角度，本書提供了類似「牛頓運動定律：作用力等於反作用力」的管理方針，讓Sales簡單學習，在幾個一分鐘的運用習慣之後，會累積產生巨大的能量，Sales銷售時該專注的部份，其實就是主管日常訓練可發揮的方向，認真不等於辛苦；努力不等於用心，好的行動策略，應該要被推廣，「一分鐘推銷人」不只是一本參考書，還可以是一本教材，激發銷售主管發揮創意，建立簡單的複製系統，讓傳承從簡單開始。

<<一分鐘推銷人>>

內容概要

長踞紐約時報暢銷排行榜516週 《誰搬走了我的乳酪？》、《禮物》暢銷作家史賓賽·強森力作 年佣金3700萬元的銷售高手、富邦人壽北四區部部長梁國榕推薦 運用史賓賽·強森博士的推銷心法，用百分之二十的時間，達成百分之八十的績效！

每一個成功的人，其實都是精明的推銷人，而成功的推銷人要具備兩種條件 - 相信他們的目的，就是要幫助別人買到想要的東西，以及尊重個人，只要掌握三原則，你也可以是成功推銷人！

推銷的目的並非賺錢，而是在幫助其他人享受得到的快樂 好好關心你的顧客 用一分鐘模擬成功推銷的過程影像，推銷成功率將大增。

用積極思想帶來成功 真正的推銷是在產品賣出之後，花一分鐘追蹤顧客 讓顧客戒不掉你的服務！

<<一分鐘推銷人>>

作者簡介

史賓賽·強森 備受敬重的作家，教導成千上萬的人以單純的真理，在家庭和工作上獲致成功，她的多本著作都熱銷全球，包括《一分鐘經理》、《誰搬走了我的乳酪？》以及《禮物》等。

賴利·威爾生 知名的「推銷人訓練員」，一直是幫助行銷人充分發揮潛能的先驅。

李毓昭 中興大學畢業，從事翻譯十餘年，翻譯類別包括勵志、經典文學以及學習類等，商管譯作有《一分鐘經理》、《超有效授權術》、《菲利普·科特勒的行銷學圖解》等。

書籍目錄

出版者序 第一部 所有人都是推銷人 1尋訪 2一分鐘推銷人 3以目的推銷 第二部 向別人推銷 4推銷前的關鍵時刻 5推銷時的關鍵時刻 6推銷後的關鍵時刻 摘要 第三部 向自己推銷 7自我管理的銷售 8我的一分鐘推銷目標 9我的一分鐘讚美 摘要 10我的一分鐘斥責 摘要 第四部 有效的原因 11一分鐘推銷人的說明 第五部 收穫 12新的一分鐘推銷人 行動策略：複習與摘要 13給自己的禮物 14給別人的禮物 致謝 作者簡介

<<一分鐘推銷人>>

章节摘录

第一部 所有人都是推銷人 一、尋訪 從前有一位事業有成的推銷人。他不只事業有成，還自覺財運昌盛。他心境平和，經濟自主，安全無虞，身體健康，也有融洽的社交生活。所有認識他的人都尊敬、欣賞他。想和他一起做生意的人很多，想跟他交朋友的更多。然而，他並不是一直都這麼成功。他記得過去有許多年他付出更多努力，成果卻不比大多數人好。現在，他很高興自己所知道的一切，而更重要的是能夠加以運用。這個人想到他最後是多麼輕易地學會大展鴻圖時，不禁露出微笑。他從小就知道，每一個成功的人實際上都是精明的推銷人，只是他們可能對這一點渾然不知。「成功的生意人，」他說，「會將他們的服務價值推銷給別人。成功的父母親會將幸福而豐富的生活推銷給子女。成功的領導人推銷的是讓人獲取所需的能力。連成功的科學家也是將構想推銷給研究資助者的人。」這個人記得，他在念大學時曾經想過：「要是我能學會推銷，不論從事哪一行，都會有出色的表現。」這個人因此就在就學期間，就嘗試了多種不同的推銷工作。幾次成功令他興奮莫名。他心想：「他們好像買的是我這個人！」然而，每次推銷失敗時，他都會覺得遭到拒絕。他對自己說：「我不是做推銷的料。」等他畢業，拿到行銷方面的學位時，他發現自己對推銷知道得很少。他學到的行銷是怎麼做研究來了解大家的需求、創造大家需要的產品和服務、訂出有競爭力的價格，而且設法讓大家方便購買。可是行銷和銷售有時候會互相矛盾。他是在一家大公司開始第一個正式的推銷工作。他在當時了解到商品知識的重要性，以及如何「打動可能購買的顧客」 約時間面談、回應顧客的不滿，還有完成交易。可是這一行做久了，他就越來越覺得其中隱含的假設是：顧客並不想要購買商品。推銷人的職務好像就是表現機伶和耐力，使別人去做他們其實不想做的事 購買，而最優秀的推銷員似乎都能找到這麼做的方法。他覺得這很沒道理。有一陣子他樂於接受這種挑戰。任務越艱鉅，他就越表現出他的自制力和毅力。譬如，他每天強迫自己出去拜訪客戶的次數要比他的意願多一次。積少成多，他每一年訪問客戶的次數達到兩百多次，也得到了回報。他的推銷成績比大多數人優異，收入也比較多。所以他決定每年要再多拜訪客戶一百次。可是奇怪的事發生了。他的銷售成績並沒有提高多少。而且他覺得缺乏樂趣。他更努力鞭策自己，而開始覺得壓力沈重。壓力來源很多。他每個月都要做到那麼多交易 規定的業績。要衡量他的表現很容易。

<<一分鐘推銷人>>

有時候他很希望從事的工作和其他人一樣，成績好壞沒有那麼容易看出來。

他拜訪的客戶常常態度不佳，很多人都顯得好像他是來找麻煩的。

他覺得有太多事情要做，時間卻總是不夠。

有時候他覺得自己準備不周。

他非常希望收入會節節攀高，但有時候會懷疑自己做不到。

諷刺的是，他知道即使業務經理沒給他壓力，他也會給自己壓力。

過不了不久，推銷工作就會變得愉快許多，可是這個人還不知道。

與其他推銷人一樣，這個人經常抱著受人拒絕的恐懼感。

總是會有人回絕他，而這是他始料未及的。

更糟糕的是，儘管他很想否認，但是他看得出來，在現今變化多端的世界中，推銷過程越來越複雜。

他多年來推銷時用的都是同一套說詞，為什麼現在行不通了？

這時他想起一件不尋常的事。

他經常會聽到一個傳奇推銷員的名字，這個人做的業績比別人多，卻明顯比大多數人有較多閒暇去享受他不同凡響的成就。

有人把這個傳奇人物稱為「一分鐘推銷員」，不過這個人並不知道原因。

他心想一定有辦法的，讓他恢復偶爾生意做成時感到的樂趣和成就感。

所以他決定鼓起勇氣，為自己前去探究。

他要開口請教。

二、一分鐘推銷人 他對電話另一頭的聲音大吃一驚。

他沒想到受人尊敬的富裕「推銷員」竟然是一家大公司的董事長。

「我很樂意見你，」這位最高主管說。

「我可以從你的語氣猜出你想要談什麼。」

「打電話的人覺得自己被看透了。」

「我的聲音有這麼急迫嗎？」

「不是的，」最高主管回答。

「你聽起來好像是個儘可能依傳統去推銷的人。」

「我猜想，我不是第一個找你的人吧？」

「沒錯，而你就像之前找我的人一樣，聽起來好像很願意虛心學習。」

這就是為什麼我答應見你的原因。

明天挑個時間過來吧。

最高主管說完就掛斷電話。

這個人開始期盼第二天的會面。

進入雅緻的辦公室不久，這個人就表示他很驚訝見到銷售經驗那麼豐厚的最高主管。

主人表示，實際上《財星》雜誌選出的一千名最佳總裁中，有許多是來自行銷和推銷部門。

他解釋說，他有許多年都在推銷商品和服務，而現在能躋身為多家公司的董事，就是因為他懂得怎麼把重要構想推銷出去。

訪客環顧四周，注意到燈桌上有一小片牌子，上面寫著：生產減去銷售等於廢料。

這最高主管說：「連有價值的構想也會在最後被丟到廢料堆，因為沒有推銷出去。」

「舉例來說，我目前加入一個由社區領導人組成的委員會，為的是維持強大國力，避免全力開戰導致毀滅。」

有些解決問題的構想雖然很好，但如果開戰兩方都決定不採納，又有什麼用呢？

「沒什麼用。」

我看得出來，你還是一個推銷員。

「我想就推銷的定義來說，每一個成功人士都是。」

富有的最高主管說。

這個人開始慢慢說出他的問題。

<<一分鐘推銷人>>

「我之前以為自己很懂得推銷，但現在我沒那麼有把握了。

我覺得各方面我好像都做對了……卻……」 「你是說，」前輩插嘴說，「你看了所有相關的書，一有機會就去上勵志課程，也經常在晚上和週末加班吧？」

「你怎麼知道？」

「現在你來到報酬遞減的階段，雖然工作時間增加，業績卻原地踏步……」 「沒錯，而且我覺得樂趣也變少了。」

「我不想在你的傷口灑鹽，」前輩說。

「但你也許有興趣知道，我創下業績記錄的那段時期，每年只工作二十四個星期。」

「哇，」訪客驚嘆道。

「那正是我需要了解的。」

我聽說你很厲害，他們叫你『一分鐘推銷員』，為什麼呢？」

他的主人回答說：「只有不了解我如何成功的人，才會那麼叫我。」

「這個人不知道哪裡出錯了。」

最高主管露出微笑。

他在一張紙上寫了一行字，然後交給訪客。

紙上寫著：一分鐘推銷人。

「為什麼是推銷人，而不是推銷員？」

「我以前有個上司很優秀，」最高主管說。

「我們稱他為是『一分鐘經理』，因為他能在短短的時間內，只用了關鍵的幾分鐘，就達到很大的成果。」

他教給我一個簡單原則，還鼓勵我依自己的方式去調整，把它運用在銷售上。

現在每次想到自己是一分鐘推銷人，我就會記起推銷時最重要的祕訣。

這個祕訣很簡單，就是： * 每一件銷售背後，都有一個「人」。

媒体关注与评论

年佣金3700萬元的銷售高手、富邦人壽北四區部部長梁國榕推薦

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>