第一图书网, tushu007.com

<<成为最伟大的销售员>>

图书基本信息

内容概要

苏格拉底式的方法是一种崭新的销售方法，它源于苏格拉底的成功原则——少说多听。
每个销售人员，无论其工作经验多少，都可以从中获益。
苏格拉底式的方法帮助你把客户的力量与自己的力量结合在一起，双方共同努力达到目标。
我们把这一过程称为“协作”，而这一过程对出售者来说则是“营销”，对客户来说则是“购买”。
苏格拉底式的方法能使每个人大获裨益。
《成为最伟大的销售员》一书的基本结构和内容分为以下四个方面：
第一部分：“采取苏格拉底式的方法”，集中讲述为什么苏格拉底式的方法十分适合今日疲于奔命的销售人员。
三章内容客观地展现了销售人员和客户的各自观点，以及如何使用对话取得卓越的成果。
第二部分：“用苏格拉底式的方法打开销售之门”。
揭露了初次进行销售对话的重要性。
在这三章中，无论是销售人员面对客户时，还是销售人员使用灵活的“苏格拉底式开场白”时，以及销售人员和客户共同进入苏格拉底式的对话中时，我们都可以体会到苏格拉底式方法的巨大力量。
第三部分：“用苏格拉底式的方法推进销售”。
讲述了采取苏格拉底式方法的销售人员如何掌握引导对话的技巧。
章节围绕紧迫性、感觉、聆听、决策等内容展开，无论作为销售人员还是客户，都可以由此轻松展开对话。
文章恰如其分地将你带入以客户为中心的全新销售处理模式中。
第四部分：“用苏格拉底式的方法完成销售”。
赋予你处理问题和解决困难的独特方法。
最后一章中提到的方法将帮助你在毫无压力的情况下自然而然地结束销售。
通过苏格拉底式对话所获得的要素也将由此得到有效的应用。

作者简介

凯文•戴利， Communispond 公司的总裁。
目前该公司已经成为同行业中规模最大的专业销售沟通培训公司，在全球培训了450万名企业管理人员。
其客户包括财富500强中的312家公司，以及无数演艺界、体育界明星以及政界要人。
61名董事会主席，320名公司总裁聆听过戴利的亲授课

<<成为最伟大的销售员>>

书籍目录

笔记读后感作者前言序言　公元前400年的故事第一部分　采取苏格拉底式销售法　第1章　值得采用的销售法　第2章　小心！
顾客是一头狮子　第3章　双赢的销售法第二部分　用苏格拉底式销售法开始销售　第4章　与客户会面　第5章　从客户开始的地方进入　第6章　让客户提出需求第三部分　用苏格拉底式销售法推进销售　　第7章　迅速找出原因　第8章　跟承客户的感受推进　第9章　竞争的关键在于聆听　第10章　让客户从决定入手　第11章　不要给客户出人意料的建议第四部分　用苏格拉底式销售法达成交易　第12章　回答之前先确认问题　第13章　客户提出异议之前　第14章　应对客户异议　第15章　商谈“索取与给予”方案　第16章　确认达成交易结束语　公元前400年，一个月以后

章节摘录

书摘错误的聆听方法　有时候，销售人员会因为与客户的想法不同而处理不好双方的关系。
这里有两个最普遍的错误使用聆听方法的例子。
　1.“别费口舌了．我知道这个”　你也许事先了解了一些情况，但这并不意味着就不用聆听。
忘掉你的数学公式吧。
即使你知道有关客户50%的故事，也要花100%的时间认真聆听。
　客户：我们正在进行一项重要的重组。
原CEO吉姆·布伦南先生已经退休10年了。
目前在任的是奈德·保森先生……　销售员：这我知道。
我在《华尔街日报》上看到过。
　在上面的对话中，销售人员的错误反应会给客户造成怎样的印象？
客户是否会认为：嘿，这个销售人员对情况掌握得不错嘛！
很好，那我就不必告诉他过多的事情了，哈哈，节省了10分钟！
　然而事实上，客户是这样想的：你知道？
你知道什么？
你只不过是一个看过我们公司报道的局外人，而我才是内部的知情者。
重组这件事影响到的是我，而不是你！
　这些想法很可能永远也不会被说出来，但自从它们在客户内心闪现的一刻开始，破坏就产生了。
其实，事先了解相关情况和亲自从客户那里得知还是不一样的，因为信息详情和相关感受只有客户最清楚。
当你了解到这些信息之后，客户希望你能认真保留它们。
毕竟，客户才是狮子，而你不是。
　2.“我们谈完生意再来讨论你所说的吧”　还有一种错误处理销售人员和客户想法的方式，那就是不失时机地从客户提供的信息中寻找“突破点”，展开自己的销售技巧。
　客户：我们的主要问题在于，大量的时间被浪费在将货物放进仓库，并从仓库取出的过程中……
销售员：这么说，您应该对我们产品目录里的铲车很感兴趣。
　“这是个机会，为什么不抓住呢？
”对话里的销售人员可能这么想。
问题很明显：仓库卸货要用到铲车，而购买铲车或许是一个不错的解决方案。
但铲车并不是客户故事的一部分，销售人员硬把它插了进去。
　聆听是一种销售模式。
为了使聆听发挥作用，其他销售模式(比如谈论产品优势等等)就必须暂时停止。
　　P91-P92

媒体关注与评论

书评“ 苏格拉底似乎还活着，他提醒我们：销售不是对着客户讲话，而是与客户一起谈话。
使用这种方法，销售成功是必然的结果。
” ——富达投资(Fidelity CAPITAL) 总裁 詹姆斯·科维(James C.Curvey) “ 凯文·戴利的作品真是一个大大的突破！
苏格拉底式销售法帮助销售人员敞开心胸，与客户建立起良好的合作关系。
书中提到如何处理异议、如何协商以及如何以苏格拉底式销售法达成交易，不妨一看。
” ——通网公司(Alinet) 销售副总裁 斯蒂芬·坎顿(Stephen G.Canton) “ 自从我们贯彻苏格拉底式销售法以来，销售人员的工作效率大幅提高，在复杂的市场竞争中实现了销售额的惊人增长。
” ——普南投资公司(Putnam Investments) 高级主管 托马斯·卢西(TThomas J.Lucey) “ 凯文·戴利是一位成功人士，同时也是一位伟大的沟通者。
《成为最伟大的销售员：苏格拉底销售笔记》不仅有助于增加销售量，还会帮你赢得忠实的客户。
” ——《一分钟经理人》作者 肯·布兰查德(Kenneth H.Blanchard) “ 在《成为最伟大的销售员：苏格拉底销售笔记》一书中，凯文·戴利讲到真正伟大的销售人员在谈话的同时也重视聆听。
苏格拉底的思想固然精辟，而戴利更告诉我们在现代社会该如何应用。
我的亲身体验表明，这种方法的确有效！
” ——德士古公司(Texaco．Inc.) 前首席执行官 詹姆斯·金尼尔(James W.Kinnear) “ 这本书为我们带来好消息！
它并非描述神秘的技巧或者有关心理学的分析，而是提供一种实践方法，以达成与客户的共识，最终实现销售人员与客户双赢。
” ——智睿企业咨询有限公司(DDI) 威廉·拜汉姆博士(Dr.William C.Byham) “ 当你鼓励客户开口说话时，自己也会从中学到意想不到东西。
凯文·戴利的提问与聆听技巧将使你的销售团队更加富有成效。
” ——奈恩克斯公司(NYNEX) 销售计划主管 彼得·洛克西奥(Peter A.Loquercio) “ 对于应用苏格拉底式销售法的人，戴利是这样形容的：‘ 你是有价值的资源。
善于计划、思路敏锐、值得信赖，有效地利用了双方的谈话时间。
在你的帮助下，客户思考得更加透彻。
’ ” ——亚历山大咨询公司(The Alexander Consulting Group) 企业信息主管马克·金布尔(Mark Kimble) “ 这本书对企业主管、采购经理和培训经理再合适不过了，他们可以使用它来判断来访的销售人员到底是一位潜在的商业伙伴，还是只是一位掌握了花哨的推销技巧的人。
” ——奥姆尼商业系统公司(Omni Business Systems) 市场主管 罗伯特·克雷格(Robert Craig] “ 优秀的销售人员是能够提出好问题，并且认真聆听客户回答的人。
这本书将帮助销售人员做到这一点。
” ——布莱辛／怀特公司(Blessing／White，Inc.) 总裁 哈里·盖恩斯(Harry H.Gaines) “ 使用苏格拉底式销售法的效果是显著的，按照这一方法培训的销售代理商都取得了巨大的成功。
” ——亿廷繁世股份有限公司(Eaton Vance Corporation) 高级副总裁 唐纳德·韦博(Donald E.Webber) “ 市场之战也就是人心之战。
《成为最伟大的销售员：苏格拉底销售笔记》提供了一种强有力的方法，帮助我们赢得客户的心。
” ——特劳特伙伴公司(Trout & Partners Ltd.) 总裁 杰克·特劳特(Jack Trout) “ 如果你认为手下的销售人员花了大量的时间在讲话，而忽略了聆听，那么你应该将《成为最伟大的销售员：苏格拉底销售笔记》装进他们每个人的手提包里。
” ——必能宝管理系统公司(Pitney Bowes Management Systems) 总裁 大卫·鲁珀特(David Rupert) “ 《成为最伟大的销售员：苏格拉底销售笔记》展示了一种颇为实用的方法，帮助我们与客户达成共识。
” ——潘世奇卡车租赁公司(Penske Truck Leasing) 高级销售副总裁 詹姆斯·莫利纳罗(James Molinaro)

第一图书网, tushu007.com

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