

<<图解用脑拿订单>>

图书基本信息

书名：<<图解用脑拿订单>>

13位ISBN编号：9787300087603

10位ISBN编号：7300087604

出版时间：2008-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：孙路弘 著，湛庐 编绘

页数：195

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>

## <<图解用脑拿订单>>

### 内容概要

你是否遇到如下情况： 客户直接问价，你没有任何余地来介绍产品？  
你想知道客户的基本情况，但客户对你戒备森严？  
客户找了个懂行的人，对你挑衅性地刨根问底？  
客户货比三家，问题繁多，就是不买？  
客户用竞争对手的长项来刁难你？

人只有在感性的时候才会做决定，必须牢记让客户陷入感性冲动的3个办法。  
烂熟于心、运用自如的7个核心销售技能，练就无所不能的销售高手。  
如果不能灵活掌握4个沟通技巧，海量的挫折将一直伴随你的销售生涯。  
在漫长、购买动机复杂的销售过程中，很难赢得长期订单？  
3个理性策略让客户彻底折服。

大客户采购者的关系复杂？  
谁是真正决策人？  
采购动机难以揣测？

大客户销售技能让你在复杂境况中八面玲珑、游刃有余。

在《用脑拿订单》这本书的销量达到5万册后，读者来信超过了1 000封。

在读者的反馈中，主要是跟我核实书中涉及到的一些重要的销售概念和销售思路，以及销售方法、方式、流程、环节等。

我意识到，在《用脑拿订单》里过多地使用了平时不常用的各种术语，以及比较抽象的鱼骨图，对比表格等。

我给所有的读者回复了邮件，就他们疑惑的问题进行了详细地解释，并通过举例、案例、比喻等多种形式重新阐述销售人员必须掌握的各种技巧、能力。

我收到读者的反馈，读者认为这些补救措施起到了非常好的作用，甚至有读者建议将这些补充重新整理并出版。

出版社在研究了读者来信，以及我的回复后，决定以目前“80后”一代人熟悉的方式重新推出这本书，借用大量的图解、图示方式来加强读者对内容的理解。

出版社用心良苦，寻找了许多绘图的高手，由于他们对销售理念的理解层次不够，淘汰了许多图形绘制的高手。

在与出版社编辑的努力沟通下，在多次讲解、阐述、分析、剖析后，卓越的配图作者脱颖而出。

你会看到书中那些栩栩如生的图片生动地反映了销售过程中的必要武功。

这本书到处都是有效的销售武器，你应该为自己准备一个库房，用来存储你得到的武器。

将书中任何地方出现的武器都集中起来，写在你的清单中，当做日后你面对客户前要看上十分钟的秘密武器。

你不必从第1页开始整理自己的武器装备。

你可以从书中任何一页开始。

以你有兴趣的点开始是最好的阅读方式。

从最有兴趣的页面开始向前，或者向后扩散，你会发现属于你自己的路线图。

你得到的不仅是一本僵硬的图书，你其实得到了一个活的源泉，你得到了销售的活的灵魂，你得到了一个实在的给你信心、给你支持的活的背景，获得了坚实的实力。

一本书的价钱得到的不仅是一本书，通过与作者的交流，你得到的是鲜活的销售生命。

书中有作者的邮件地址，你可以确保得到五次与作者邮件沟通的机会。

## <<图解用脑拿订单>>

### 作者简介

孙路弘，营销及销售行为专家、高级营销顾问。  
畅销书《汽车销售的第一本书》、《用脑拿订单——销售中的全脑博弈》作者。

中国营销第一刊《销售与市场》特邀专栏作者。

他兼具国内外丰富的营销、销售经验，对国际化的营销、销售行为理论有着自己独到的研究和探索。

他擅长企业营销战略的制定与实施、营销规划、销售队伍的建立以及不同销售模式的实施。从2000年他便开始与营销大师科特勒兄弟一起工作，深得科特勒先生的赏识。

他曾多次代表科特勒营销集团以专家身份应邀参加中央电视台《对话》、《商界名家》、《今晚》、《经济信息联播》等节目，常有精彩发言和独到观点。

他服务过客户有：阿里巴巴、通用汽车、德国奔驰、中国电信、英格索兰、辉瑞制药、通用电气、腾讯科技、万科集团、施耐德、中达电通等。

荣誉：2001年获评“京萃十大优秀培训师”称号，2002年获评《中国经营报》“十佳企业培训师”称号，2004年获《销售与市场》“十佳作者”称号，2005年获《南方都市报》“中国十大营销专家”称号。

## <<图解用脑拿订单>>

### 书籍目录

第1章 营销销售的核心 1.从寻找市场到成交客户到底有多远 2.客户导向的营销布局 3.营销传播模式 4.买方的自我认知范围 5.卖方的自我认知范围 第2章 优势销售进阶1.0：感性认同的3个要素 1.感性沟通 2.荣辱与共 3.关系标志 第3章 优势销售进阶2.0：7个核心销售技能 1.核心销售技能的测试 2.行业知识：理性能力、左脑实力 3.客户利益：理性能力、左脑实力 4.顾问形象：理性能力、左脑实力 5.行业权威：中性、全脑平衡点 6.沟通技能：感性能力、右脑实力 7.客户关系：感性能力、右脑实力 8.压力推销：感性能力、右脑实力 第4章 优势销售进阶3.0：练就销售高级本领 1.沟通四力 2.销售过程中的3个理性策略 第5章 成功的大客户销售 1.对大客户关系复杂程度的认识能力 2.对大客户处境的认识能力 3.销售人员左脑实力发挥的能力 4.销售人员右脑实力发挥的能力 第6章 左右开弓拿订单 1.失败销售的12条歧途 2.感性（右脑）训练法 3.理性（左脑）训练法 4.右脑实力洞察客户心思 5.左脑实力快速有效推动销售进展 附录1 销售人员全脑水平鉴定 附录2 销售人员的自我评估

## <<图解用脑拿订单>>

### 章节摘录

任何销售都非常重视沟通技能。

甚至沟通技能的提高不仅对于销售行为有明显的促进作用，甚至对周围的人际关系的改善都有明显的作用。

在销售核心技能中，这个技能被看成是一个非常重要的技能。

而沟通中最重要的不是察言观色，也不是雄辩的口才，许多销售人员可能知道答案，会说是“倾听”。

的确，“倾听”是沟通中的一个非常重要的技能。

但是，比倾听更加重要、更加优先的应该是在沟通中对对方的赞扬。

因此，在测试销售人员的时候，在7个核心实力中，“赞扬”就是销售沟通能力中一个非常重要的指标和技能了。

其实赞扬他人是一种本能，但是，将“赞扬他人”系统地运用在销售过程中，运用在与客户沟通的过程中，大家可能还不太熟练。

汽车行业的销售人员应该如何运用呢？有3个基本的方法需要反复练习和掌握。

## &lt;&lt;图解用脑拿订单&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

销售“开光”盛典 孙路弘老师给我们讲了个玄妙的故事。

从前，有许多销售人员，不知道如何从事销售，几次“战斗”失利，精神萎靡、内心焦灼，累死累活也无法签单。

就算是签单了，成交价格也让老板欲哭无泪。

于是销售人员上山寻求灵丹妙药，一位气宇轩昂的师傅拿出了珍藏已久的“宝典”。

师傅手捧宝典，屏气凝神，顿时乾坤大挪移，恍惚中人们经历了一场开光仪式……故事的经过姑且略去，结果是：这些销售人员得此真经下山之后，不靠对汽车的了解，仅仅靠给客户的新车“开光”，就能完成销售、拿到订单。

这到底是什么原因？

答案是“用脑”，用心仅为基础，用脑方为善才。

然而，如何用脑？

怎样“用脑”拿到订单？

畅销书《用脑拿订单》对“用脑”挖掘到极致，不计其数的销售人员得到此书之后，秘而不宣，日夜操练，成长为技压群雄的销售高手。

然而仍然还有大量的销售人员反映此书过于深奥，无人指点无法融会贯通。

我们得知此消息后，将孙老师多部作品精华和秘密内部讲义绘编成图解本，并且命名为“功力篇”与“兵法篇”。

《功力篇》好似倚天剑中所藏的《九阴真经》，依此练功，修炼所需的各种销售技巧，不日即可成为一名销售高手。

《兵法篇》如同屠龙刀中的《武穆遗书》，教你面对客户时运筹于帷幄之中、决胜于千里之外的销售策略，以及见招拆招的实战方法，两者相辅相成、缺一不可。

孙老师在《功力篇》里说，“作为销售人员，你是为了生存，还是喜欢帮助别人？

如果是前者，那你会成为乞求客户的人，如果你是后者，你将会成为客户喜欢的人，你能成长到什么境界，关键要看你的动机。

”我们做书动机也决定了我们的书是否能真正进入读者的心里。

两册“宝典”在我们的深入挖掘下终于浮出水面，看似轻松的读物，却倾注了很多人的心血。

若没有孙老师在百忙之中为我们充实内容，没有编辑夜以继日地摘汇、精编，没有美编和排版人员辛苦设计版式，没有绘图人员通宵达旦地绘制漫画，您看不到这两本精心制作的销售武功秘籍。

我们所做的这一切都是为了让您以更直观、通俗、轻巧的方式，用最短的时间获取最多销售必备的核心本领，让您每一次温习“武功”是知新。

我们的工作 是辛苦的，然而，帮助读者更是快乐的。

## <<图解用脑拿订单>>

### 编辑推荐

《图解用脑拿订单》(功力篇)全国第一本销售图解，畅销书《用脑拿订单》的超级图解！  
自《兵法篇》学排兵布阵之道！  
借《功力篇》习实战制胜之术！

<<图解用脑拿订单>>

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>