第一图书网, tushu007.com

<<原一平的疯狂推销术>>

图书基本信息

书名：<<原一平的疯狂推销术>>

13位ISBN编号：9787506470582

10位ISBN编号：7506470586

出版时间：2010-3

出版时间：中国纺织出版社

作者：陈春娃

页数：246

字数：195000

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

第一图书网, tushu007.com

<<原一平的疯狂推销术>>

内容概要

在日本保险业，他是一个响当当的人物。
近百万的日本寿险从业人员中，也许会有人不知道十大寿险公司老总的名字，但绝对没有人不认识原一平。
“推销之神”已名声赫赫，收入丰厚，但是他从来没有停止过自己的疯狂推销。
他总是睡得晚，起得早。
他的太太曾关爱地埋怨他说：“以我们现在的储蓄已够终生享用，不愁吃穿，何必每日再这样劳累地工作呢？
”原一平回答道：“这不是不愁吃穿的问题，而是我心中有一团火在燃烧着，是这一团永不服输的火在身体内作怪的缘故。
”

<<原一平的疯狂推销术>>

书籍目录

第一章 疯狂治身之术，激发潜雒 推销员的“五张脸谱” 哲理透视的玄机 修行自身，原一平的批评会 在自信的光环下造就奇迹 与情绪挥手告别 不该遗忘的自省 时刻检讨自己 疯狂自省术：雇用别人调查自己 价值百万的微笑 用勤奋赢得精彩人生 顶尖推销员拥有的五种爱 三分胆量，七分“折腾” 拥有敏锐的观察力和判断力 用“礼节”回馈对方 跳进自己画的“圈子” 让“尊重”先上路 三人行必有我师第二章 人际战术，助你搬走路边的石头 有人脉才能赚大钱 推销新人如何建立人际关系网 闻其声，辨其人，识其心 墙头草，随风倒——见什么人说什么话 远离“独行侠”，建立良好的客户关系 站在对方的立场上思考 “菜鸟”推销员的成功术 以“礼”洗心法 “擒贼先擒王”的战术 提升推销技巧的人际关系 推销的“为人”三境界第三章 追踪之术，接近客户的要诀 发现“新市场” 巧设“礼物陷阱”吸引客户 现场表演吸引百万客户 找准客户的好奇心对症下药 名片与广告的妙用 寻找准客户的五大方法 开发新客户需要注意的问题 初见面的七秒钟决定你的“生死” “一来就走”的绝招 采用“以退为进”的战术 “打一巴掌，给个甜枣” “地毯”式追踪术第四章 人性之术，了解不同类型的客户 刁蛮型客户 贪小便宜型客户 理智型客户 标新立异型客户 少言寡语型客户 专家型客户 关系型客户 吝啬型客户 独断专行型客户 孩子气型客户 粗鲁型客户第五章 用“嘴”疯狂赚钱的推销之术 用声音征服客户 好的开场白是成功的一半 一句幽默话，化开三九冰 用赞美之话笼络客户的心 用激将法刺激客户 关键时刻需要闭上嘴巴 应对客户借口话术 自言自语话推销 巧妙的长话短说 “花言巧语”促成交 推销人员说话十大禁忌第六章 电话之术，千里“姻缘”一线牵 胆大者的电话推销 电话推销的秘诀 电话预约三部曲 预约中遇到的问题 电话中的艺术之音 预约日期怎么定 巧妙地越过接线人 拨打陌生拜访电话的说话技巧 透过电话“看见”对方 电话邀约的三大心态第七章 再访之术，抓住潜在客户的心 再次拜访的技巧 体验姓名的魅力 将上座让给客户 形象是一张有效的通行证 再次访问的注意事项 一分钟的魅力 再次访谈中的最后时间策略 面对客户的五大提问技巧 用“非语言信息”使客户卸下防备 拒绝前的应对策略 将“拒绝”变成订单第八章 谈判之术，最赚钱的商业策略 谈判的基本功 推销员如何与客户提价钱 谈判：问出对手的底牌 谈判者要学会拒绝的艺术 让步后，马上要求“回报” 结束讨价还价的绝招——反悔 至少准备一个无理的要求 心理平衡——价格谈判的关键 讨价还价的技巧 推销员成功谈判五绝招 假价反击谈判策略 借助上级领导的威望谈判 尽量满足客户的兴趣第九章 隆龙之术，成功签约总动员 暗度陈仓之术 步步紧逼之术 请君入瓮之术 偷梁换柱之术 孤独求败之术 巧用“习惯”之术 理论说明之术 成交的目的与时机 签约时的注意事项 在三分之一处成交 常用十大推销成交技巧 成交关头多留意第十章 服务再服务，给成功力口点料 口碑推销，让你的产品靓起来 在老客户那里掘金 情感推销，成功的战略 为客户服务的三要诀 培养客户的忠诚度 无条件为客户提供售后服务 留住客户的四种有效方法 用服务跟进销量第十一章 走一条自己的路，不虚此生 永不服输的“矮冬瓜” 蜗居于公园之中 不畏辛酸与苦难 沉浸在“名牌西服”中 从乞丐到天王的蜕变 家庭中的后备力量 时刻不忘给自己“充电” 有成功理当回报 原一平的推销结晶第十二章 迈出推销的误区，成功不是一朝之事 小心“祸从口出”的误区 心理误区难成事 别让这些行为坏了事 成交前后的三大误区 团队精神至关重要

章节摘录

第一章 疯狂治身之术，激发潜雒　　推销员的“五张脸谱”　　推销大师原一平认为每个人都可能成为一名成功的业务人员，但是每个人的销售潜质和资源都是不同的。
为此，推销员必须在真正了解了自己之后，才能根据自己的资源来重新为自己定位。
失去定位，就没有方向，一切也将无从谈起。
为了让更多的推销员容易解决在推销中遇到的问题，针对不同的推销员总结出五张“脸谱”，也就是五种类型。
推销员可对号入座，找到属于自己的脸谱，为自己在重新定位的过程中找到依据。
1.欺骗型　　欺骗型的主要特征是缺乏吃苦耐劳精神，自以为是，喜欢在工作中弄虚作假，欺骗公司和客户。
某公司由于推出了一个新品牌，派推销员小李去开拓云南省市场。
他出差回来说昆明有个大客户非常有意向，差不多要签合同了，只是这个月资金周转有点紧，大概过个把月就打款进货。
过了一段时间领导跟进此事，他马上给所谓的潜在客户打电话，而且煞有介事地一聊就是半个小时，然后非常坚定地回复领导：15天后客户立即打款。
15天后领导又施压，他便说还要10天左右，尽量争取本周内叫客户打款等。
最后实在无法拖了，便很无奈地告诉领导，该客户突然发生了什么事情，现在暂时不接新品牌，要到明年再合作了。
所以只有再考虑其他的客户，他那里还有几个不错的客户，虽然实力相对小一点，但是在昆明也是有头有脸的，他接触过两次对方也很有意向，他马上联系一下看看。
诸如此类。
眼看这种伎俩无法再奏效，便换个公司，工作方式如法炮制。
此种推销员喜欢用形容词，喜欢给注重业绩的领导设计“画饼充饥”的小游戏，而且在每个公司大概都是“混”三个月或者半年的时间。
属于混混推销中的典型代表，在业绩方面常常是一无是处。
很多新人或者企业的新员工，在工作一段时间之后，当业务能力或者业绩无法进行有效突破时，在公司推销任务的高压下，也很容易沦为这种类型。
为此，原一平大师劝诫那些刚刚进入推销行业的新人，要成为一名有抱负的年轻人，千万不要在遇到什么挫折或者困难时，便钻“牛角尖”，走上一条永远没有成功和成就可言的不归之路。
2.普通型　　普通型的主要特征是思维和做事方式比较常规，循规蹈矩，容易受书本的知识结构限制。
即使在工作中有创意，也算不上什么创新，但是善于学习和借鉴别人的成功经验。
这种推销员只能用于开发“粗线条”的销售网络以及客户维护，对于执行深度或者系统的营销政策是不利的。
如果勉强为之的话，往往容易被执行过程出现的一些事务所困扰，甚至迷失执行的方向。
为此，此类推销员要想获得成功就要为自己制定一个升级的计划。
应该多多参考一些有价值的成功案例、手段等实战知识、技能，多接触一些较为优秀的推销员，定期进行交流，以获得一些深度操作手法。
3.执着型　　执着型的推销员脚踏实地，有一股不屈不挠的“牛劲儿”。
缺点是不善于讲究方法和技巧，业务效率低。
公司委任王帅负责四川省市场。
他每次出差都会脚踏实地地去走访市场和寻找客户，虽然成功比率低，但还是获得了一定的业绩。
遗憾的是，由于开发市场的方式太缺乏灵活性，所以整体业绩还是远远落于人后。
为此，原一平推销中认为，要成为一名合格的业务人员，光有毅力是不够的，还需要掌握一些业务实战方面的技巧。
4.投机型　　投机型的推销员主要特征是典型的机会主义者，具有善于观察事物和把握机会的能

力，能够大胆设想、审时度势地达成销售目的。
　　很多优秀的推销员都有一定的思想力和执行力，工作独立性强，善于自主灵活地拆分公司的经销政策，以利于市场的开发。
但喜欢急功近利或者过于投机，容易导致市场工作遗留很多“后遗症”。
　　他们有业绩时会容易自满，有时也会利用机会故意要挟自己的领导，甚至会自负地以为可以自立门户。
实则不然，业务能力强并不等于领导力以及战略管理能力强。
　　为此，推销员在取得业绩时要虚心，以免被一些缺乏远见的管理者误以为你为难、要挟领导，而找理由开掉你。
但是，此类推销员善于琢磨谈判对象的心理状态，并能迅速调整谈判策略，因此谈判的成功率很高。
　　5.资源整合型　　资源整合型的推销员主要特征是不拘一格，能够大胆创意，有效策划，并善于整合各方资源和利益，达成一种受到参与各方认同的“共赢”局面。
特别是对于竞争愈加激烈的今天，这种推销人员容易为企业开创一种“长治久安”的区域市场环境。
　　其善于创造全新的需求和有利的销售环境，善于策划具有正面轰动效应的公关事件，善于把握问题的核心并制定巧妙的政策，让参与各方都成为事件的忠实执行者和拥护者。
　　对于此类推销员，主要在管理和领导方面有很大的发展空间，特别是在这些方面的工作实践。
相信用不了多久，便是一个不可多得的业务领导者。
　　所以，现实中推销员有五张不同的“脸谱”，也是推销员了解自己的一面镜子。
只有了解了自己，才能知道自己的位置以及应该如何成长。
　　……

编辑推荐

在日本保险业，他是一个响当当的人物。
近百万的日本寿险从业人员中，也许会有人不知道十大寿险公司老总的名字，但绝对没有人不认识原一平。
原一平的一生充满着传奇色彩，他的成功营销理念和实践已成为企业培训管理者、公关人员、寿险营销人员的生动教材。
《原一平的疯狂推销术》旨在让“推销之神”给你的推销生涯拉响启航之笛。
此书的内容覆盖了原一平从心态、修养到与客户打交道、缔约方法等，相信能给广大读者带来全新的启示。

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