第一图书网, tushu007.com

<<销售的五大金科玉律>>

图书基本信息

书名：<<销售的五大金科玉律>>

13位ISBN编号：9787508613628

10位ISBN编号：7508613627

出版时间：2009-1

出版时间：中信出版社

作者：珀西·怀廷

页数：409

译者：詹丽茹

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

前言

几年前我在洛杉矶遇到一位卡内基训练。
的业务经理史蒂夫·约翰逊先生，他的一席话使我对业务销售的印象起了很大的改变。
他说：“这个世界上最富挑战，也最有成就感的工作就是销售。
”过去我一直认为销售是一桩苦差事，压力大、竞争不断，而且需要看人脸色，要不断地拜托、恳求。
但是我现在的感觉不一样了。
原来销售工作是有步骤与方法的。
学会了这些方法后，你也能从中获得成就感、满足感，还有日渐丰厚的收入。
本书所提示的方法：一、简短地与顾客谈他感兴趣的话题，以建立和谐的气氛。
二、告诉顾客，你的产品能给他们带来什么好处，以引发对方的兴趣。
三、给顾客刚好足够的事实，使他们了解你的产品会带给他们什么好处。
也就是让他们有足够的理由相信你的产品可以为他们提供解答。
四、引发动机。
五、要对方估量一下各种应该购买的理由，然后再要求完成交易。
这些年来，各方面的变化都相当大，而业务销售工作也起了相当大的变化。
卓越的销售人员能得到厂商的信任，有专业的形象；对顾客关心、感兴趣；想知道顾客的需求。
以往的销售人员只想到眼前的生意，而且是做一笔算一笔。
他们只关心自己，只想说明自己的产品的性能，不管这产品是不是顾客所需要的。
二者之间有多么大的差异。
根据《天下杂志》的调查，最影响顾客满意度的项目就是买错了产品，所购非所需，因此，他可能永远不再买你的产品了，也可能会影响10位顾客不再买你的产品。
销售能力就像其他能力，如语言、电脑操作能力等，是需要学习、练习才会的。
全靠无师自通，既费时间，又困难。
再加上我们都是习惯的产物，即使“知道”了新的销售方法，与顾客谈话的时候还是习惯用老方式。
例如，我们常常会迫不及待地介绍我们的产品性能，而非询问顾客的需求是什么。
1996年，卡内基训练在台湾的大事，就是引进了“优势销售班”。
这门课程过去10年来曾经多次修改。
最近一次大规模的修改刚刚完成。
新的课程内容不仅符合今天工商业界的需要，其中的演练方法还真让人耳目一新。
从某种程度上说，我们每一个人都是销售员。
因为，无论我们从事的是什么工作，我们都需要推销自己，推销自己的想法和感受。
而且这种需求越来越具体，越来越强烈。
有人说，卓越的销售人员不是在卖，而是在帮助顾客买。
买我们的想法的人越多，我们成功的机会就越大。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

这个世界上最富挑战，也最有成就感的工作就是销售。
　但大多数人都把销售看作没有规则可循的苦差事，作者告诉你，销售工作是有步骤和方法的，因为他发现了“ 销售的五大金科玉律 ”。
　作者有35年的训练销售人员的经验，他将上千个销售的好点子及想法融会为五大金科玉律，而且是用很多实际销售工作的例子予以说明。
这五大金科玉律经过反复测试而证明是非常有效的，而且正被现今许多顶尖销售人员使用着。
　本书是卡内基销售训练的教科书。
　这些极简单又极实用的方法，能让你把自己一步一步“ 训练 ”成卓越的销售员。

作者简介

珀西·怀廷（Percy H. Whiting）最早是以广告经理人的身份开始自己的事业。
后来因公司要求他帮忙销售证券而改行从事销售工作。
不久之后，他就在华尔街开始了自己的投资事业。
1953年怀廷先生参加了卡内基沟通与人际关系训练。
他十分喜爱这项训练，因此加入了戴尔卡内基训练公司，成为“卡内基销售训练”的创办人。
并专为该训练课程写了《销售的五大金科玉律》这本重要著作。

<<销售的五大金科玉律>>

书籍目录

序 黑幼龙 第一部 售前准备 第一章 他们发现我不会推销，便请我当销售经理！
第二章 假如你不了解自己的产品，怎么向别人销售呢？
第三章 产品知识对销售人员有什么好处 第四章 产品知识——你也许能讲太多，却不可能知道太多 第五章 销售人员应如何了解顾客 第六章 售前准备是什么？
如何运用这个方法来创造更好的业绩？
第七章 如何收集能辅助业务谈话的相关资料？
第二部 销售的五大金科玉律 第八章 一般销售都需经过营销过程的个步骤 第九章 如何建立和谐的气氛？
第十章 遵守个规则，你便能随时赢得注意 第十一章 假如你的产品能为顾客带来益处，就不难引起对方的兴趣 第十二章 这些规则会帮助你引发并保持顾客的兴趣 第十三章 使顾客相信，你的产品真会为他们带来好处 第十四章 说服顾客并不难，只要遵循规则 第十五章 许多销售人员在该注意听的时候，却只顾讲话 第十六章 每个一流的销售高手都要用到这些规则，否则就会退到平庸的地位 第十七章 提出事实，但强调益处 第十八章 你的声明需要事实来证明 第十九章 使用实例——这会为你带来奇迹 第二十章 如何使实例更具力量？
第二十一章 保守的说法极具说服力 第二十二章 少讲，多示范 第二十三章 把示范当成真正的销售工具 第二十四章 利用表演技术，使商品介绍显得更精彩 第二十五章 如何引发购买动机？
第二十六章 动机起自需求 第二十七章 什么叫具体，为什么要现在提及 第二十八章 你能描绘出“语言影像”哩 第二十九章 让他人“走进”影像 第三十章 这些规则能帮助你极生动地把“语言影像”描绘出来 第三十一章 如何在适当时机完成交易？
第三十二章 注意购买的信号 第三十三章 “成交试探”能创造奇迹 第三十四章 成交的秘诀 第三十五章 如何使用“衡量成交法” 第三十六章 用“次要理由”要求成交 第三十七章 完成交易的几个通则 第三十八章 成交法则结论 第三十九章 如何答复反对意见 第四十章 要知道该在什么时候答复反对意 第四十一章 答复反对意见的种方法 第四十二章 回答反对意见的几个通则 第四十三章 假如你被拒绝了，接下去要怎么做 第三部 优秀销售员的修炼法则 第四十四章 学习如何能够增加业绩 第四十五章 养成良好的销售习惯，其实不是件容易的事 第四十六章 使用规则，否则达不到目标 第四十七章 你会不会运用这些应该使用的方法呢假如不会，为什么？
第四十八章 你需要一股力量去表现奇边 第四十九章 你每天只有小时，你知道该如何使用吗？
第五十章 销售工作并不适合懒人 第五十一章 如何造访更多人？
第五十二章 你也得多动脑筋！
第五十三章 要快！
但要快得有效率 第五十四章 没有人可以帮你做，这是你个人的工作 第五十五章 要对工作有热忱 第五十六章 你必须相信奇迹 第五十七章 让我们学习“如何销售自己” 第五十八章 真诚地赞美别人，因为赞美会带给你财富 第五十九章 如何争取升迁机会 第六十章 我们将走向何处？

章节摘录

第二章 假如你不了解自己的产品，怎么向别人销售呢？
别责怪别的推销员对你的产品懂得此你多，那可不是他的错。
——肯塔基州伊丽莎白市新闻我以“亨利·多尔帝公司促销经理”的身份到达纽约华尔街的第一天，有位名叫杰克·斯莫尔的朋友邀请我参加当地的商会午餐聚会。
我们正一面进餐一面聊天，有位男士走进来，和杰克点头致意。
杰克告诉我：“这人最会卖股票，我相信他赚的钱比谁都多。
他名叫杰勒德·沃纳。
”“他看起来倒不太像是做业务的。
”我评论道。
“他不是业务员。
”杰克回答道，“10年来，我不曾看过他跑去向人推销。
”“这到底是怎么一回事？
”我问道。
“事情是这样的，”杰克回答道，“杰勒德对股票懂得比谁都_多，华尔街上卖股票的人没有一个人比得上他。
由于他这方面的知识渊博，因此，若是有人正好手头上有100万美元准备投资，或有1000万美元的资产准备处理，便会自动来找杰勒德，要求他来料理这些事。
”这位杰勒德·沃纳的确是个特殊的例子。
通常，我们见到的销售人员，根本对自己所推销的产品所知不多。
《美国周刊》曾刊载凯尼恩先生的一篇文章，文中提到他在超市无意问听到的一段对话：“这种裸麦面包标价是60美分，另外的是65美分，两 者有什么不同呢？
”“哦，”那位服务人员想了一下回答道，“这种65美分的 面包比较贵。
”据一些分析家指出，在零售业里，有75%的顾客对产品知道得比销售人员还多。
好几年前，我在西雅图的一处销售训练班上课，我要求一名专门推销煤炭的业务人员描述一下他销售的一般状况。
他回答道：“我就说：‘这煤炭可真是好货！
”“还有什么呢？
”’我问道。

编辑推荐

《销售的五大金科玉律》其实，销售工作是有步骤与方法的。
学会了这些方法，你就能从中获得成就感、满足感，还有日渐丰厚的收入。
本书为我们介绍的就是这方面内容。
本书是唯一合法授权翻译本，是卡内基训练的指定专用教材，是卡内基训练团队的经典著作。

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