

<<营销DNA>>

内容概要

就职于一家小型或中型企业，在那里每位员工都需要掌握有效销售和与客户打交道的基本功。在销售外围部门工作——也许是和销售相关的后勤部门，需要了解销售流程和销售工作的相关知识。在销售中既不是新手也没有丰富的经验，但是想要以现在的“最佳实践技巧”来衡量自己的工作。也许你是一位销售经理、销售培训人员、顾问或训练师，你的工作在某种程度上就是要使销售业绩最大化。

也许你碰巧“沦落”到了销售行列，随着生意或事业的发展，你意识到了它的重要性。

也许你要面向不同的市场，针对不同的客户，以各种方式展开销售工作……“公司对公司”或“公司对客户”。

出售产品或服务——成品或定制品。

将产品直接出售给终端客户或通过销售网来销售。

以面对面的形式，通过网络、电话，或三者结合的方式来进行销售。

<<营销DNA>>

作者简介

作者：（英国）杰里米·卡斯尔（Jeremy Cassell）（英国）汤姆·伯德（Tom Bird）译者：苏剑光 李英

书籍目录

关于本书 序言 第一部分销售人员的个人素质 / 1 第1章销售人员的个性特点 / 5 第2章影响销售成败的观念和价值观 / 15 第3章工作表现与销售业绩 / 23 第4章自我指导与不断完善 / 31 第二部分流程和计划 / 37 第5章取得进步的工具——销售流程 / 41 第6章充分利用时间 / 59 第7章为成功作好规划 / 65 第8章设定正确的目标 / 71 第9章管理销售信息 / 77 第三部分销售人员的影响力 / 83 第10章有效影响的基础——信任与关系 / 87 第11章控制情绪——随时表现自信 / 99 第12章提出恰当的问题 / 103 第13章倾听和学习 / 113 第14章合作性的谈判 / 119 第四部分区别买家与潜在客户 / 129 第15章做销售的秘诀 / 131 第16章现代买家 / 135 第17章有目的地挖掘客户 / 143 第18章与潜在客户初次会面 / 153 第19章了解潜在客户的需求 / 157 第五部分提供解决方案 / 163 第20章吸引客户 / 167 第21章编写完美的销售计划书 / 175 第22章为成功的销售演讲作准备 / 181 第23章有说服力的演讲 / 187 第24章充分利用异议 / 195 第25章成交与承诺 / 201 第六部分发展客户 / 205 第26章客户的价值 / 209 第27章管理与客户的“关系” / 213 第28章客户管理的重点 / 223 结束语——走向辉煌的未来 / 231

章节摘录

版权页：插图：3.销售人员的影响力 你自信地和客户交流、谈判，同时影响着他们，在这种情况下，你如何同他们建立互信的关系呢？

你需要哪些核心技巧来发展这样的关系呢？

4.了解买家和潜在客户 这一部分内容涉及了如何明确买家和潜在客户的购买动机，得到与其会面的机会；另外还介绍了第一次会面时的一些做法。

5.提出解决方案 这一部分内容重点在于如何通过提出令客户印象深刻的提案和有说服力的销售介绍，得到预期的销售成果。

此外还介绍了解决客户异议并与其达成一致意见的一些方法。

6.发展客户 做成了第一笔生意之后，你要如何同客户发展关系、向他们出售更多产品呢？

并非人人都想要从头到尾地读完一本书。

根据你个人的兴趣或需求来浏览本书吧。

也许你只是有一些同书中某个主要部分相关的具体问题，这样的话，你可以不必按照本书顺序，随意去读你关注的那个章节。

不过我们还是以逻辑顺序对相关内容进行了排列。

为增加《营销DNA》的实用性，帮助你更加容易地从中获得知识，我们还设置了几个专题：实践提示：以提出要点的形式总结了关键信息，这样你就能轻而易举地迅速获得信息，从而改进自己的工作表现。

实战经验：这些实战经验使销售技巧形象化，它们向你展示了如何在通常情况下，人们购买他们想要的而不是所需的东西。

也许是因为他们认为所要的就是自己所需的，但对于自己需要什么却没有正确的认识。

潜在客户通常不知道自己需要什么，那也许是因为他们不知道有什么。

正如亨利·福特（Henry Ford）所说，“如果我问顾客他们想要什么，他们会说：一匹更快的马”！

有时我们需要向客户提供信息，让他们知道自己真正需要的东西（但愿那就是你的产品或服务）。

你在家使用衣物柔顺剂吗？

1969年英国的联合利华公司（Unilever）生产这种产品之前，没有人表示极其需要这种产品。

现在，大部分新式洗衣机都配有给衣物添加柔顺剂的自动设备。

这个市场每年的盈利为1000000英镑。

还记得2008年伊拉克记者蒙塔泽尔·扎伊迪（Muntazar al—Zaidi）朝乔治·W·布什扔鞋的事件吗？

他后来被关进了监狱。

伊斯坦布尔制鞋公司的老板马赞·巴伊丹（Ramazan Baydan）却收到了很多订单，为了应付这些订单，鞋厂不得不新招了100名员工。

许多人买鞋不是因为需要，而的确是因为想要。

编辑推荐

《营销DNA:最棒的营销经理在想什么、在说什么、在干什么》将向你展示如何销售产品及实现销售目标。

不论你是刚刚入行还是想要更为老道,《营销DNA:最棒的营销经理在想什么、在说什么、在干什么》会让你不断地提升销售业绩。

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>