第一图书网, tushu007.com

<<世界上最伟大的推销员大全集>>

图书基本信息

书名：<<世界上最伟大的推销员大全集>>

13位ISBN编号：9787511302991

10位ISBN编号：7511302998

出版时间：2010-5

出版时间：中国华侨出版社

作者：翟文明，宿春礼　编著

页数：419

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

做一个好的推销员什么最重要？
答案可能有很多种：人脉、技能、技巧、机会等，似乎每一个都不可或缺，但其中最重要的有三个，即经验、方法和知识。
为了让梦想成功的推销员获得这三项必备的成功“武器”，我们推出了这本《世界上最伟大的推销员大全集》，其内容全面、案例生动、方法实用，让读者一册在手，即可轻松赢得推销的成功。
学习别人的经验，可以避免重蹈覆辙。
我们在“世界上最伟大的推销员”部分精选了全球“销售之冠”乔·吉拉德、日本“推销之神”原一平、20世纪“推销宗师”法兰克·贝特格等世界顶尖级的推销大师的推销经验、人生智慧和成功之道。
在本部分，神奇的推销大师原一平教给你发现顾客、留住顾客的秘诀。
他告诉我们，发现顾客、赢得顾客只是第一步，管理好客户资源，让老顾客为你开发新客户才是伟大的推销员应该掌握的基本功。
被吉尼斯世界纪录誉为“世界上最伟大的推销员”的乔·吉拉德，他告诉每一个销售员：“If I can doit，you can！
”他教会了我们如何把任何东西卖给任何人……他们的人生智慧和成功经验被全世界亿万从事推销的人士所推崇和学习，被公认为培养和打造最优秀推销员的活的范例和最佳工具。
在这些世界上最伟大的推销员的思想智慧、人生传奇的引领、感召和指导下，无数的推销员从平凡走向卓越，改变了人生命运。
这些大师们在从事推销中所具备的心态、修养、品质、习惯、方法、技巧等，给广大的推销员提供了良好的参考范本，为他们提升个人的修养和素质，改进销售的习惯和方法，迅速提升推销能力和业绩，更好地完善和成就自我提供了极为宝贵的指导和帮助。
学习他们成功的经验，对向往成功的你必将大有裨益。
运用正确的做事方法，可以让你事半功倍。
在现代市场经济条件下，无论是对企业还是对营销人员而言，要想在激烈的竞争中脱颖而出，必然要透彻地理解营销，娴熟地应用营销工具。
营销方法是对营销实践的科学总结，是处理特定问题的利器，了解与掌握各种营销方法已经成为企业管理者必备的商业素质，更是营销人员成就事业的必修课。

内容概要

一个好的推销员需要具备什么？
答案可能有很多种，但其中最重要的有三个，即经验、方法和知识。
为了让梦想成功的推销员获得这三项必备的成功“武器”，我们汇总中外营销大师的经验、方法和智慧，集成了这本《世界上最伟大的推销员大全集》。
本书堪称推销人员必备的宝典，它由“世界上最伟大的推销员”、“世界上最伟大的营销方法”、“世界上最伟大的营销书”三部分组成，内容全面、案例生动、方法实用。
在“世界上最伟大的推销员”部分，我们介绍了全球“销售之冠”乔·吉拉德、“推销之神”原一平、20世纪“推销宗师”法兰克·贝特格等世界顶级推销大师的推销经验和成功之道；“世界上最伟大的营销方法”部分收录了营销环境分析、市场机会选择、确定产品竞争优势、价格定位与营销推广等方面最有效的营销方法，并附有真实的案例分析及“方法实施要点”，其内容涵盖了营销的整个流程；“世界上最伟大的营销书”部分主要介绍世界顶级营销大师的经典著作，如奥格·曼狄诺的“世界上最伟大的推销员》、菲利普·科特勒的《营销管理》、汤姆·霍普金斯的“就这样成为销售冠军》等。
每个梦想成功的推销员都可以从《世界上最伟大的推销员大全集》中广征博取，借鉴营销大师的经验教训，找到最适合自己的营销观念、策略和技巧，获知最新的营销理论，显著提高自己的营销水准，踏上成功之路，赢得财富。

书籍目录

上篇 世界上最伟大的推销员 第一章 奥格·曼狄诺教你成为最伟大的推销员 我用全心的爱迎接今天 一、爱心是一笔很大的财富 二、乐于助人，爱心用行动体现 三、善良是爱的初始 四、爱让推销无往不胜 我将坚持不懈直到成功 一、坚持不懈是最基本的品质 二、坚持不懈才能成功 我是自然界伟大的奇迹 一、自信是成功的第一秘诀 二、自信心能打开你内心的宝藏 三、对自己充满信心 我永远沐浴在热情之中 一、热情是行动的信仰 二、热忱是助你成功的神奇力量 我珍惜生命中的每一天 一、浪费时间等同于挥霍生命 二、珍惜时间使生命更加珍贵 三、学做时间的主人 我在困境中寻找着机遇 一、困境让你更坚强 二、磨难成就辉煌人生 三、积极心态帮你走出困境 我每晚反省自己的行为 一、反省让你保持清醒 二、每天自省5分钟 我要控制情绪笑遍世界 一、控制情绪是一种能力 二、戒掉烦恼的习惯 三、保持乐观精神 第二章 原一平给推销员的10个忠告 培养自身，做一个有魅力的人 一、推销之神原一平 二、认识自己 三、自己才是自己最大的敌人 处处留心，客户无处不在 一、做个有心的推销员 二、生活中处处都有机会 三、教你寻找潜在客户 关心客户，重视每一个人 一、关心你的客户 二、不要歧视客户，切莫以貌取人 三、重视每一个客户 定期沟通，紧密客户关系 一、与客户取得交流和沟通 二、再访客户的技巧 主动出击，打开客户大门 一、选择好推销的时机和地点 二、找到共同话题，掌握主动权 三、掌握主动权，抓住潜在客户 赢得客户，好好对待“上帝” 一、打破顾客心墙，接近客户 二、与客户思维保持同步，以吸引顾客注意 三、从顾客喜好出发 四、要懂得分享客户的喜悦 管好客户资源，让客户连成片 一、给你的客户建立档案 二、多收集客户资料，建立客户网 三、稳住你的老客户 对生意介绍人必须信守承诺 一、人脉是赚钱的基础 二、利用满意客户群，实施“猎犬计划” 三、善待介绍人，对介绍人信守诺言 重视250法则，客户不再遥远 一、250法则的由来 二、随时随地发展你的客户 三、利用好你自己的250条关系 拥有感恩的心，与家人分享成功 一、家是你永远的港湾 二、没有家人的支持你不会真正成功 三、原一平的智慧结晶 第三章 乔·吉拉德能将商品卖给任何人的秘密 让产品成为你的爱人 一、精通你的产品，为完美推销做准备 二、对产品充满信心 三、产品至上，认真塑造产品形象 精心地准备销售工具 一、善用名片，把自己介绍给周围的每一个人 二、在推销之前准备好道具很有必要 三、拜访客户前做好一切准备 记录与客户交流的信息 一、做好客户访问记录十分重要 二、仔细研究顾客购买记录 使用气味来吸引顾客 一、从满足顾客需求出发介绍商品 二、找到顾客购买的诱因 三、帮助顾客迈出第一步 抓住顾客心理促成交 一、善于抓住顾客的心理 二、从人性出发引诱顾客 三、攻心为上促成交 全方位获取销售信息 一、接近顾客前务必多收集信息 二、询问顾客获得准确信息 积极为成交做好准备 一、及时领会客户的每一句话 二、提问能使销售更顺畅 三、善于使用虚拟手法 成功结束推销的艺术 一、把握成功推销 二、任何时候都要留有余地 三、成交以后尽量避免客户反悔 第四章 贝特格无敌推销术 听到“不”时要振作 一、做好被拒绝的准备 二、顺着拒绝者的观点开始推销 三、不因拒绝止步不前 四、教你避免被拒绝 最重要的销售秘诀 一、顾客喜好是你的出发点 二、把问题大而化小 三、引起对方的好奇心 极短时间内达成销售 一、重视你的每一位顾客 二、善于制造紧张气氛 三、利用人情这把利器 必须学会的销售技巧 一、欲擒故纵 二、亮出自己的底牌 如何确保顾客的信任 一、首先要赢得顾客的信任 二、取得客户信任的方法 让人们愿意和你交流 一、事先调查，了解对方性格 二、推销员要练就好口才 三、努力克服怯场心理 不要害怕失败 一、用积极心态面对失败 二、从失败中找到成功的希望 第五章 托德·邓肯告诉你如何成为销售冠军 排练法则——排练好销售这幕剧 一、销售尽量让气氛融洽 二、学会让顾客尽量说“是” 三、抓住顾客心理促成交易 靶心法则——开发高回报的顾客 一、从购买习惯出发策划 二、开发有影响力的中心人物 三、寻找一个团体中的拍板人 杠杆法则——让对手成为杠杆 一、对手多的地方机会就越多 二、真诚赞赏你的对手 三、正确对待竞争对手 求爱法则——用真诚打动顾客 一、对待客户要用心 二、用真诚去打动客户 三、带着感情推销 钩子法则——吸引顾客守候到底 一、重视机会，把劣势变优势 二、迷住你的客户 三、听到“考虑一下”时你要加油 四、为推销成功创造条件 催化法则——建立成熟客户关系 一、重视客户的抱怨 二、让客户说出心里话 三、不同客户不同对待

四、争取做第一　加演法则——不断提升服务质量　一、服务是推销之本　二、服务也要讲特色　三、不断提高服务质量　80／20法则——重点出击，高利回报　一、发现“80／20法则”　二、“80／20法则”在推销工作中的应用 第六章 托尼·高登的销售秘诀　放弃你头脑中的一切　一、过去不代表未来　二、放弃过去并不意味着放弃经验　为了更好的明天学习　一、知识就是能力，学习制胜　二、时时充电，每天都学习　三、知识运用于实际才能发挥作用　爱上你正进行的工作　一、告诉别人你是一个推销员　二、爱上你的工作　三、要想得到就要付出　与大家分享你的快乐　一、金钱替代不了亲情　二、情感需要分享　三、与大家分享成功　四、带着好心情去上班　走上成功事业的巅峰　一、绝不安于现状　二、主动改进，而不是被动挨打　三、不断战胜自己 第七章 成就你一生的销售技巧　让笑容成为销售的武器　一、微笑是谁都无法抗拒的魅力　二、微笑有最吸引人的力量　三、让微笑改变你的命运　优雅谈吐敲开顾客之门　一、语言魅力不容忽视　二、把“高帽子”给顾客戴上　三、直击推销语言艺术　倾听的人更受顾客欢迎　一、倾听让你更受欢迎　二、学会倾听　三、善于倾听客户的抱怨　不可忽视真诚赞美他人　一、赞美蕴藏着巨大的能量　二、用赞扬来代替批评　三、赞美要有分寸　四、教你赞美的技巧　好仪表让客户喜欢上你　一、好的外表赢得顾客好感　二、建立有利的第一印象　三、良好的仪表有助于你的成功　勤于思考使你一路畅通　一、思考可以致富　二、思考的艺术　三、思考必须存在于推销中　不能忽视的细节的力量　一、细节决定成败　二、细节改变命运　三、别让小事影响你的职场前途　诚信能量永远巨大无比　一、诚信待人　二、信守你的承诺　三、守时也是一种诚信　拥有健康是成功的保证　一、健康是生命之源　二、忧虑是健康的大敌　三、学会休息　四、经常锻炼，精力充沛　生活需要一颗感恩的心　一、感恩——感谢你所拥有的　二、感恩是快乐的源泉　三、不要忘记说“谢谢” 第八章 一分钟说服——世界上最棒的推销艺术　开场白话术　一、至关重要的开头　二、设计有创意的开场白　预约采访术　一、预约术对成功推销极为重要　二、约见客户的几种方法　三、5步达到成功邀约　产品介绍术　一、用顾客能懂的语言介绍　二、深入浅出介绍产品优点　三、介绍产品的特性，绝不隐瞒产品缺陷　四、产品更能吸引顾客　成交语术　一、运用动听声音，掌握语言魅力　二、把握成功洽谈的要点　三、尽量避免易导致洽谈失败的语言　处理反对意见术　一、迎难而上解决问题　二、巧妙对付谈判对手　问对问题术　一、不同的提问会有不同的效果　二、善于使用反问　三、推销中的提问技巧　电话行销术　一、打电话前要做好准备　二、绕过障碍走向成功的法则　三、电话推销中礼貌不可忽视　四、向吉拉德学习打电话的妙招 第九章 9步走向成功推销　勇敢亮出自己　一、让推销圆你的财富之梦　二、充分挖掘你的潜力　三、拥有一颗感恩的心　四、对你的工作和产品具有信心　先推销你自己　一、推销你的可爱　二、推销你的真诚　三、推销你的服务意识　成功始于行动　一、做好准备再出发　二、努力争取与客户面对面的机会　三条黄金定律　一、有效聆听，尽早收到购买信号　二、巧妙地提问能赢得顾客的喜爱　三、正确解读肢体语言　找到你的客户　一、寻找商机　二、把潜在客户变成真正的客户　赢得顾客的心　一、一次示范胜过一千句话　二、告诉客户你将带给他的利益　客户无法回绝　一、人们为什么会拒绝　二、与客户谈判的技巧　三、给顾客一个购买理由　完美成交艺术　一、把握成交的信号　二、签约之前扔掉惶恐　三、避免客户反悔　提供美的服务　一、客户在交易确认后期望什么　二、欢迎客户的抱怨中篇 世界上最伟大的营销方法 第一章 营销环境分析　市场调研　一、市场调研，拿数据说话　二、可口可乐失败的市场调研　外部宏观环境分析　一、外部宏观环境因素，不能改变便去适应　二、小灵通在政策的夹缝中发展　外部微观环境分析　一、将外部微观环境条件为自己所用　二、雀巢(菲律宾)公司的市场分析　企业内部环境分析　一、内部环境分析，认清自己　二、IBM的3条行为准则　市场机会分析法　一、机不可失，相机而动　二、奥纳西斯、肯德基抓紧市场机会　环境威胁机会矩阵　一、发现机会，规避风险　二、某汽车生产企业所作的环境威胁机会分析　市场潜力分析　一、为营销寻找宽广的舞台　二、一次失败的市场潜力分析　销售预测分析法　一、凡事预则立，不预则废　二、奥伯梅尔的销售预测方法　市场占有率分析法　一、重视市场占有率的“含金量”　二、宝洁兵败日本　核心能力分析法　一、核心能力，企业基业长青的根本　二、三星强化核心竞争力 第二章 市场机会选择　竞争对手界定法　一、正确界定竞争对手　二、麦当劳的汉堡包之战　竞争性路径分析法　一、知己知彼，方能百战不殆　二、雅马哈轻敌，遭遇惨败　消费者购买决策行为分析法　一、了解消费者购买决策行为　二、希尔顿的成功秘诀　组织采购行为分析法　一、了解

组织采购行为　二、西门子的中国采购中心　市场细分营销　一、市场细分，营销成功的核心　二、汇源果汁的市场细分策略　利益细分法　一、最有效的市场细分方法　二、牙膏市场的利益细分及其营销策略选择　目标市场选择法　一、选择合适的细分市场　二、通用汽车在中国的目标市场选择　差异化营销　一、使产品别具一格　二、农夫山泉的差异化营销 第三章 确定产品竞争优势　产品生命周期及其营销策略　一、产品生命周期——制订营销目标和营销策略的依据　二、产品生命周期理论在杜邦公司战略管理中的应用　品牌定位四步法　一、好的定位是品牌成功的基础　二、奶球品牌重新定位　产品与品牌的关系模型　一、选择合适的产品与品牌组合　二、松下公司的品牌组合战略　品牌延伸策略　一、使品牌利益最大化　二、Sanrio成功实施品牌延伸　产品概念测试法　一、将可能出现的失误扼杀在萌芽状态　二、“美美减肥片”的产品概念测试　产品组合策略　一、形成产品群体优势　二、华龙集团的产品组合策略　ABC分析法　一、为不同类别的产品制定相应的管理办法　二、ABC分析的实用案例 第四章 价格定位与营销推广　成本加成定价法　一、成本加成定价法，生产者导向的产物　二、某制鞋厂的成本加成定价法　目标收益定价法　一、制定一个能够带来合理利润的价格　二、某企业的定价过程　边际成本定价法　一、制定一个赔本的价格　二、某制帽厂的边际成本定价法　随行就市定价法　一、以市场通行价格作为重要参考　二、汤姆森公司随机应变　认知价值定价法　一、制定一个消费者认同的价格　二、阿尔法计算机公司提高顾客认知价值　逆向定价法　一、让消费者来“制定”价格　二、宜家的定价策略　动态定价法　一、价格也是可以随时变动的　二、美洲航空公司开创最优动态定价法　价格调整策略　一、价格调整，营销竞争的重要手段　二、西南航空公司的低价策略　促销组合策略制定法　一、促销组合策略，营销成功与否的关键之一　二、法国白兰地开发美国市场　广告促销策略　一、让消费者无处可逃　二、万宝路香烟广告　销售促进策略　一、商家决胜售点的“临门一脚”　二、可口可乐的销售促进策略　公共关系营销策略　一、树立良好形象，消除负面影响　二、约翰逊公司应对泰诺事件 第五章 市场营销策略　6Ps和10Ps组合分析法　一、4Ps的有益补充　二、6Ps组合策略在电信市场上的应用　4C和4R营销　一、让消费者成为营销的中心　二、宝洁用4C打造“美发店中店”　7P服务营销　一、让顾客感觉受到重视　二、德国慕尼黑机场的服务营销　关系营销　一、致力于构建“忠诚”的关系营销　二、马狮百货集团的全面关系营销　深度营销　一、关注消费者的隐性需求　二、雪洋食品的深度营销　绿色营销　一、强调人与自然和谐统一的营销模式　二、富顿公司和本田汽车的绿色营销　文化营销　一、与消费者进行深层次的交流　二、洞宾酒，成功源于文化营销　逆向营销　一、让顾客来主导一切　二、联想集团的逆向营销　合作营销　一、互惠互利的合作营销　二、安利与NBA的合作营销　体验营销　一、给消费者美妙的体验　二、星巴克的体验营销　品牌营销　一、将品牌的长远发展作为营销活动的目的　二、惠州雷士的品牌营销 第六章 营销执行与管理　年度营销计划制订法　一、制订切实可行的营销计划　二、麦当劳的1990年度营销计划摘要　营销组织构建法　一、使营销组织结构适应市场的需要　二、联想集团的组织结构发展历程　营销人员绩效考核法　一、使员工行为与企业期望相吻合　二、A公司营销人员绩效考核法　营销人员薪酬设计法　一、薪酬设计，实现公司战略的重要工具　二、某公司营销人员薪酬设计体系　销售人员管理法　一、锻造销售队伍　二、IBM公司的“苦行僧”式培训　销售业务管理法　一、使企业的经营策略在销售活动中得到体现　二、麦德龙的消费业务管理　销售通路管理法　一、建立稳固通畅的销售通道　二、娃哈哈的销售通道管理　营销业务流程规划法　一、从提高顾客价值的角度设计营销业务流程　二、错误的业务流程所带来的问题　营销与财务结合的方法　一、营销与财务结合是企业市场战略目标的必然选择　二、巨人集团的兴衰和标王的黯然谢幕　营销预警　一、市场风云变幻，时刻保持警惕　二、“铱星计划”——神话的破灭下篇 世界上最伟大的营销书　一 《销售圣经》　二 《销售巨人》　三 《世界上最伟大的推销员》　四 《就这样成为销售冠军》　五 《营销管理》　六 《水平营销》　七 《体验营销》　八 《关系营销》　九 《4R营销》　十 《营销全凭一张嘴》　十一 《胜算——用智慧击垮竞争对手》　十二 《市场领袖的法则》　十三 《长尾理论》　十四 《科特勒营销新论》

章节摘录

洛克菲勒的善举不仅平息了人们对他的憎恨，而且产生了更为神奇的效果：许多人开始赞扬他、敬仰他，有的受了他恩惠的人甚至对他感激涕零。
其实，你我都应该感谢约翰·D．洛克菲勒，因为在他的资助下，科学家发明了盘尼西林以及其他多种新药。
他使我们的孩子不再因患脑膜炎而死亡；他使我们有能力克服疟疾、肺结核、流行性感冒、白喉和其他目前仍危害世界各地人们的疾病。
洛克菲勒把钱捐出去之后，他最后终于感到满足了。
幸福的产生与否就在于一个人的心态如何，那种善良的心、仁慈的爱能产生巨大的威力，迎来盼望的幸福。
在这个地球上，只有充满着爱心的角落、家庭，才能得到幸福的光线照耀。
世界著名的精神医学家亚弗烈德·阿德勒曾经发表过一篇令人惊奇的研究报告。
他常对那些孤独者和忧郁病患者说：“只要你按照我这个处方去做，14天内你的孤独、忧郁症一定可以痊愈。
这个处方是——每天想想，怎样才能使别人快乐？
让别人感到人世间的爱心力量。
”在漫漫的人生道路上，你如果觉得自己孤寂或者觉得道路艰难，那你就照着阿德勒的话去做，只要心中有一盏温暖的灯，就将照亮你暗淡的心灵，获得温暖，度过寒冷的冬季，跨过每一道障碍。
这样你会逢凶化吉、因祸得福、获得快乐，使你远离精神科医生。
因为爱的表现是无条件的付出、奉献，而最终结果是自己得到了最大的报偿。
三、善良是爱的初始一家餐馆里，一位老太太买了一碗汤，在餐桌前坐下，突然想起忘记取面包。
她起身取回面包，重返餐桌。
然而令她惊讶的是，自己的座位上坐着一位黑皮肤的男子，正在喝着自己的那碗汤。
这个无赖，他为什么喝我的汤？
老太太气呼呼地想，可是，也许他太穷了，太饿了，还是一声不吭算了，不过，也不能让他一个人把汤全喝了。
于是，老太太装着若无其事的样子，与黑人同桌，面对面地坐下，拿起汤匙，不声不响地喝起了汤。
就这样，一碗汤被两个人共同喝着，你喝一口，我喝一口。
两个人互相看看，都默默无语。
这时，黑人突然站起身，端来一大盘面条，放在老太太面前，面条上插着两把叉子。
两个人继续吃着，吃完后，各自直起身，准备离去。
“再见！
”老太太友好地说。
“再见！
”黑人热情地回答。
他显得特别愉快，感到非常欣慰，因为他自认为今天做了一件好事，帮助了一位穷困的老人。
黑人走后，老太太这才发现，旁边的一张饭桌上，放着一碗无人喝的汤，正是她自己的那一碗。
生活就是这样纷繁复杂，人与人之间的误会、隔阂，乃至怨恨，都会时常发生。
只要心地善良、互谅互让，误会、怨恨也能变成令人感动和怀念的往事。
善良是一种能力，一种洞察人性中的恶的能力。
善良是一种胸怀，拥有善良，就会拥有一颗平和的心，能以平和、宽容的心态去面对你所遇到的人和事。
善良不是善恶不辨、是非不分，不是对坏人坏事一味放纵、宽容、无原则的愚善，而是一种洞察世事的智慧。
善良，会让天地更宽广，万物更明丽，人生更丰盈。
一座城市来了一个马戏团。

8个12岁以下的孩子穿着干净的衣裳，手牵着手排队在父母的身后，等候买票。
他们不停地谈论着上演的节目，好像他们就要骑上大象在舞台上表演似的。
终于轮到他们了，售票员问要多少张票，父亲神气地回答：“请给我8张小孩的、2张大人的。”

编辑推荐

《世界上最伟大的推销员大全集(超值白金版)》：经典教程 销售指南 黄金法则 制胜宝典影响了全球数千万销售精英的超凡理念和顶尖技巧世界一流推销员所推崇的销售圣经成功推销的上乘法则，金牌推销员的制胜法宝一部最为实用、详尽的推销必读书很多时候，方法比努力更重要。
成功除了取决于努力、坚持和勇敢外，更需要正确的方法与路径，对推销而言也是如此。
《世界上最伟大的推销员大全集(超值白金版)》是世界上最成功的推销员必知的卓越智慧和成功经验的总结，是在短时间内取得最大销售业绩的方法集成和妙策荟萃，它记录了成为世界上最伟大的推销员的成功秘诀，告诉了你一条通往成功的快速之路。
随着市场经济的发展，推销员的队伍越来越大。
在顾客资源有限的情况下，每个推销员将面临更加激烈的竞争。
因此，对推销人员来说，如何做好推销工作，乃至成为推销高手，比以前任何时候都紧迫。
《世界上最伟大的推销员大全集(超值白金版)》从推销员要具备的素质和技能入手，系统阐述了推销员成功必备的经验、方法和理论知识，为广大推销员提供了一套全面、实用的推销制胜法宝。
《世界上最伟大的推销员大全集(超值白金版)》由“世界上最伟大的推销员”、“世界上最伟大的营销方法”、“世界上最伟大的营销书”三个部分组成。
第一部分介绍了乔·吉拉德、原一平、法兰克·贝特格等世界顶级推销大师的推销经验和成功之道，第二部分收录了营销环境分析、市场机会选择、确定产品竞争优势、价格定位与营销推广等方面最有效的营销方法，并附有真实的案例分析及“方法实施要点”；第三部分主要介绍了世界顶级营销大师的经典著作，·如奥格·曼狄诺的（《世界上最伟大的推销员》、菲利普·科特勒的《营销管理》、汤姆·霍普金斯的《就这样成为销售冠军》等。
《世界上最伟大的推销员大全集(超值白金版)》通过精辟通俗的分析，全面论述了推销的原则、方法以及各种技巧，堪称金牌推销员的制胜真经。
一旦你掌握了其中的精髓，就一定能够轻松面对推销工作中遇到的种种挑战，迅速提升推销能力和业绩，尽快走向事业的巅峰。
造就最优秀推销员的终极销售指南成为最伟大推销员的必读经典在推销的世界里只有两种人存在，种是强者，一种是弱者。
强者生存，弱者淘汰，这既是生物世界的不二法则，也是推销世界的永恒真理。
在竞争激烈的推销王国里，唯有那些掌握各种实用推销能力的人才能在残酷的现实之中脱颖而出，笑傲群雄，成就自己的推销事业，建立自己的卓越功勋。
如果你想提升自己的推销能力，成为推销世界的王者，那就从阅读《世界上最伟大的推销员大全集(超值白金版)》开始吧！
《世界上最伟大的推销员大全集(超值白金版)》可以让你领略推销高手们绝妙的策略、丰富的经验、灵敏的反应。
《世界上最伟大的推销员大全集(超值白金版)》可以让你学到精湛的推销技术、高深的交际艺术、成功的人生算术。
《世界上最伟大的推销员大全集(超值白金版)》可以让你顿悟成为推销大师要具备的心态、修养、品质以及境界。

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