

<<销售圣经（全四册）>>

图书基本信息

书名：<<销售圣经（全四册）>>

13位ISBN编号：9787511311054

10位ISBN编号：7511311059

出版时间：2011-1

出版时间：翟文明、郝秀花 中国华侨出版社 (2011-01出版)

作者：翟文明，郝秀花 著

页数：805

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>

<<销售圣经（全四册）>>

内容概要

为了帮助广大销售人员在短时间内快速，全面地掌握最实用的销售策略、技巧以及营销知识，成为销售精英，同时为了给企业销售经理和教练提供一套系统完整的销售管理和培训手册，帮助他们打造强有力的销售团队，我们精心编写了这本《销售圣经》。

全书将销售与销售管理很好地结合在一起，系统讲述了销售和销售管理的各种实用方法，全面解决了销售与销售管理的所有重要问题，反映了销售理论与实践方面的最新发展。

《销售圣经（套装共4册）》分为上、中、下三篇。

上篇“成功销售全攻略”通过销售流程、销售计划。

销售实践三个成功销售理念建立了一套完整的销售体系和战略思想，涵盖了成功寻找、赢取、留住客户的全部最佳策略和技能，同时还介绍了奥格·曼狄诺。

原一平、乔·吉拉德等五位世界顶级推销大师的推销秘诀和成功之道。

中篇“最有效的营销方法”部分从营销环境分析、市场机会选择、确定产品竞争优势、价格定位与营销推广、市场营销策略、营销执行与管理等方面精选出数十种营销方法，涵盖营销工作的整个流程。

这些方法集中体现了营销大师和商业精英们的经营智慧和营销艺术，可以帮助企业和营销人员解决营销中遇到的各种难题，更科学地作出营销工作中的各项重大决策。

下篇“必读的经典营销书”收录了过去几十年里世界顶级营销大师的十四部经典著作，包括杰弗里·吉特莫的《销售圣经》、尼尔·雷克汉姆的《销售巨人》、菲利普·科特勒的《水平营销》、里吉斯·麦克纳的《关系营销》。

艾略特·艾登伯格的《4R营销》等。

不论个人还是企业，都可以从这些里程碑式的营销著作中广征博取，借鉴大师的经验教训，找到最适合自己的营销观念、策略和技巧，显著提高自己的营销水准。

<<销售圣经（全四册）>>

书籍目录

上篇 成功销售全攻略第一章 制订销售计划与目标分析销售业务的现状一、我们怎样才能实现目标二、我们的优势、劣势、机遇和挑战三、竞争对手的优势、劣势、机遇和挑战四、创立价值服务理念五、现有业务状况六、业务缺口分析七、弥补业务缺口所必需的新业务量有计划才能达到目标一、销售计划很重要二、好的开始是成功的一半三、万丈高楼起于平地四、挖掘我们的核心竞争力五、成功销售，永不为迟设定销售目标一、做正确的事二、设定销售目标三、“没有”目标的神话第二章 建立稳固的销售寻找目标顾客一、寻找潜在顾客的方法二、“上门”机遇三、最好的献给最高级的客户四、你最有潜力的市场就是你的现有客户五、对客户进行精确定位六、发掘有希望购买产品的顾客约见客户一、事前准备二、初次与客户会面三、约见：确定会谈氛围四、2分钟电钻法有技巧地激发购买欲望一、问准问题二、用耳朵聆听，用眼睛观察，以及明确销售目标三、如何陈述产品特色和产品优势四、向客户陈述解决方案五、解决方案的陈述风格六、确定解决方案克服障碍，促成交易一、销售人员的悖论二、克服对客户异议的错误观念三、问客户具有约束力的问题四、让客户作出承诺五、沉默的力量……中篇 最有效的营销方法下篇 必读的经典营销书

<<销售圣经（全四册）>>

章节摘录

插图：最后，原一平总结：不要对任何人先下判断，老练的推销员应该懂得这一点，不要以貌取人，在推销领域中这点尤为重要。

杰出推销员对待非客户的态度总是和对待客户一样的。

他们对每一个人都很有礼貌，他们将每个人都看成有影响力的人士，因为他们知道，订单常从出其不意的地方来。

他们知道，10年前做的事情，可能变成现在的生意。

对杰出推销员而言，没有所谓的“小人物”。

他不会因为厨房耽误上菜的速度而斥责侍者，不会因飞机误点或航班取消而痛斥前台人员，他对每个人都待之以礼。

杰出推销员对推着割草机割草的工人和制造割草机公司的总裁，都是一样地尊敬及礼貌。

原一平的一个客户是电线电缆的推销员，他和一家客户公司高层主管关系很好。

他每一次到该公司进行商业拜访时，遇到的第一个人就是该公司的前台小姐，她是一位很有条理和讲效率的年轻女性。

她的工作之一就是使每一个约会都能准时进行，虽然她并不是买主，更不是决策者，但是这位推销员对她一直彬彬有礼。

即使因故约会延迟，他也不会像一般推销员一样抱怨不休，只是耐心等待；也不会搬出他要去拜见的执行副总裁的名字来，以示重要。

他总是对前台小姐道谢，感谢她的协助，离开时不忘和她道别。

18年后，这位前台小姐成为该公司的执行副总裁。

在她的影响下，她的公司成为这位电线电缆公司推销员最大的客户。

重视每一个客户在原一平最初外出推销的时候，就下定决心每年都要拜访一下他的每一位客户。

因此，当原一平向他家乡大学的一名地质系学生推销价值10000日元的生命保险时，他便与原一平签订了终身服务合同。

其实，无论是大客户还是小客户，都应一视同仁。

每一位客户都值得你去尽心地服务。

在保险这一行里，你必须这样做。

这也正是保险公司代理不同于其他行业代理的特点之一。

但是，就销售产品这一点而言，各行业都一样。

<<销售圣经（全四册）>>

编辑推荐

<<销售圣经（全四册）>>

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>