第一图书网, tushu007.com

<<靠销售起家>>

图书基本信息

书名：<<靠销售起家>>

13位ISBN编号：9787514605563

10位ISBN编号：7514605568

出版时间：2012-10

出版时间：中国画报出版社

作者：龙盛泽

页数：252

字数：132000

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

销售是一项看似平凡而又堪称伟大的职业，它的的确确造就了无数个亿万富翁，但也为每一个平凡的人提供了成功的机会。

我们无法想象，如果乔·吉拉德不做销售，还有什么途径能够让这个到35岁时还一无所有、连家人的温饱问题都不能解决的穷光蛋跻身世界上最伟大的成功人士之列，并让其辉煌的销售业绩载入《吉尼斯世界大全》呢？

我们无法想象，如果原一平不做销售，还有什么途径能够让他这个曾经连公交车都坐不起、身高仅为1.5米的小个子成为日本商界最显赫的大人物，甚至还享受着被人们尊为“神”的崇高礼遇呢？

我们无法想象，如果玫琳凯不做销售，还有什么途径能够让她这个曾经家徒四壁、两度被丈夫抛弃、带着三个嗷嗷待哺的孩子的可怜女人成为美国销售界的商业精英，甚至还被《福布斯》杂志评选为全球200年来企业界最具传奇色彩的20位成功人物之一，与洛克菲勒、摩根、亨利·福特、比尔·盖茨这些人并驾齐驱呢？

除此之外，因销售而成功的人不胜枚举，很多全球著名的商业巨擎，如日本经营之神松下幸之助、华人首富李嘉诚、塑胶大王王永庆、麦当劳之父克罗克、商业巨子艾柯卡等，都是靠销售起家的。很难想象，如果他们那时所从事的不是销售行业，是否还能成就如此辉煌的人生？

几乎没有人否认，销售是最锻炼人的工作之一。

通过销售，我们可以将自己的产品和价值观推销给别人，在被别人接受的过程中，我们自己也会获得极大的满足感和成就感；通过销售，我们可以学会察言观色，从各个层面了解他人的想法，成为一个“心理专家”；通过销售，我们能够和他人建立起和谐的人际关系，使自己成为一个更受欢迎的人；通过销售，我们要去很多不同的地方，面对各种不同的顾客，成为一个社会活动家；通过销售，我们可以练就出超人的口才，培养出完美的沟通技巧…… 销售最迷人之处就在于，它为普罗大众提供的成功机会是平等的。

不分地位高低、不分资历学历、不分相貌丑俊，只要拥有出色的销售技能，即便现在身份卑微、即便现在两手空空，我们都可以随时白手起家，成为令人羡慕的成功者！

也许你会说，销售很简单，不用学，拿着产品直接问别人买不买、要不要，不就行了嘛。

如果你这样认为，那就大错特错了。

其实，销售是一门非常讲究技巧的学问，靠的是智慧而非蛮力。

销售之道，法无定法，理无至理，仅仅用理论来解构销售思想是远远不够的。

那么，我们怎样才能拥有一流的销售技能呢？

这也正是本书的创作初衷。

本书内容涵盖了销售领域的各个方面，包括销售人员的自我塑造、形象礼仪、沟通技巧、客户调研、需求挖掘、产品展示、产品劝购、货款回收以及售后服务等全面技能，可以说掌握了本书所讲的这些技能之后，你便可以从一个销售菜鸟一跃变身成不折不扣的销售达人。

为了让销售人员更好地学习和掌握各种销售技能，本书还特设了“销售要诀”和“实战演练”两个版块。

“销售要诀”版块的设计是为了提示读者必须学会的一些销售知识与技能要点；“实战演练”版块则是一些稍具难度的强化练习，只有将本书所讲的理论付诸到具体的操作实践当中，才能更好地理解与应用所学到的销售知识和技巧，从而通过销售创造属于自己的财富和美丽人生。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书立足实战，对销售人员在工作过程中可能遇见的种种问题和难题进行了系统的梳理，并给出相应的技术指导和建议，内容涵盖销售的各个环节和领域，从自身的心理建设，到着装礼仪，客户资料的准备与调研，如何筛选目标客户，再到如何实现成交及做好售后服务等等。
有利于销售人员借助书中案例和总结开展有针对性的自我训练，进而得到全方面的销售技巧的提升。

<<靠销售起家>>

书籍目录

第一章　销售就是要搞定人
一个电话就搞定预约
全方位“搜索”客户资料，做好一切准备
如何接近客户，让客户放下戒心
搞定目标客户的“4W”原则
把人搞定，把订单拿在手中
第二章　一个优秀销售人应有的基本素质
销售是一项光荣而伟大的事业
没有自信的人，就做不好销售
在销售业绩面前，情商比智商更重要
人脉就是财脉
做销售至少要有五颗“心”
注意！
魔鬼就隐藏在细节之中
第三章　好形象、知礼仪是销售的敲门砖
你的着装代表着你产品的档次
销售专用的穿衣“TOP”之道
用肢体语言补充口才的不足
靠礼貌赢得客户，而不是强迫客户
第四章　掌握沟通技能，订单轻松搞定
成功的销售，离不开好口才
会赞美让你在销售中事半功倍
说服力不够强？
不妨先听听看
如何让自己的谈吐打动顾客
打好微笑牌，客户自然来
第五章　众里寻他千百度，客户就在不远处
如何快速找到你的潜在客户
分清客户类型，做到有的放矢
如何从大量潜在客户中筛选出目标客户
把客户资料充分利用起来
第六章　菜鸟满足顾客基本需求，高手挖掘客户深层需求
看透客户消费的两大动机
了解客户需求的三种类型
挖掘客户需求的四大原则
客户购买需求的五个层次
开发客户需求的特殊技巧
第七章　不但是产品专家，更要做展示艺术家
做销售就必须要成为自己产品的专家
如何展示才能让你的产品更吸引人
展示产品时要留意的七个要点
展示有技巧，才能打动客户的心
第八章　如何劝说，客户才肯掏出腰包
好东西就要让客户知道
如何应付客户拒绝的典型借口

劝购不是软磨硬泡，要讲究技巧
提炼产品卖点，巧妙打动人心
如何报价让顾客更易接受
第九章　嫌货才是买货人，别把意见当刁难
挑刺儿的往往是买家
如何应付客户提出的异议
摸清客户心理，搞定异议
巧妙化解客户的不满情绪
巧让“异议”变“满意”
化解客户投诉的六个步骤
预防异议，让客户无可挑剔
第十章　激发客户购买欲望
时刻留心销售过程中的“成交信号”
训练成交技巧，变身销售达人
成交不是终点，争取更多订单才是目的
成交之后应该做些什么
第十一章　要账讲点策略，收款不再头疼
精心把握收款全程
制定收款策略要因人而异
收款六招，让你绝不空手而归
做好预防，严防呆账坏账
第十二章做好售后服务是赢得回头客的关键
售后服务都需要做些什么
做好售后不得不知的三项原则
售后服务不可忽视的两个要点
新客户拼产品，老客户拼服务
信守承诺，服务说到就要做到

章节摘录

在接近客户之前，销售人员一定要作好充足的准备，只有充分的准备才能保证销售工作得以顺利进展。
拿破仑·希尔说过：“一个善于做准备的人，是距离成功最近的人。”在销售工作中，准备工作做得越充分，成功的可能性就会越大。
请看下面的例子。
查理与琼斯同是销售部的销售助理。
这两个刚来到新的工作岗位的年轻人都跃跃欲试，对工作都非常积极卖力。
但之后的事情则大大出乎人们的意料。
有一天。
查理预约的一个客户按时来到公司，找到正在忙碌的查理。
此时，查理正低头埋在一大堆客户资料之中。
焦头烂额地分类。
看到已经到来的客户，这才想起这宗早已预约好的签单业务。
查理满怀歉意地请客户来到洽谈室，这才发现应该复印的文件和资料以及产品的说明书竟然都还没有准备好，不禁大惊失色，连声向客户道歉，并匆忙跑去复印。
等一切准备就绪后，查理发现客户已经非常不耐烦了。
当查理满怀歉意地向客户介绍产品的性能时，又发现由于慌乱，他竟然把产品说明书复印错了。
这次客户没有再给他机会，而是直接转身离开了公司。
查理的懊丧可想而知，但是，经理很宽容，并没有过多地批评他。
只是告诉他，明天琼斯也有一个签单业务，让他去看看琼斯是怎样做的。
第二天，琼斯按照预约的时间，笑容可掬地站在洽谈室门前等待客户的到来。
客户没有迟到，但还是对琼斯的等待多少有些意外。
不难看出，这种被重视的感觉，让客户感到非常满意。
查理不禁想起昨天自己对客户的态度，不由得脸红了起来。
待客户坐定后，只见琼斯不慌不忙地打开文件夹，里面的产品资料、使用说明、文本合同一应俱全。
琼斯有条不紊地逐项向客户介绍产品的情况，并把近期公司举行的优惠活动详细地告诉了客户，还站在客户的角度上提出了一些十分有益的建议。
最后，琼斯对客户说：“听说贵公司最近又要在西雅图开设一个分公司，我想贵公司一定在短期内还要引进我们公司的设备。
如果您愿意的话，可以在这次订货中一起购置所需设备。
这样，不仅可以因数量多而有更大的优惠，并且可以省去一些不，必要的装运费用，您看怎么样？”客户显然是动心了，立刻给总部的负责人打了电话，当得到肯定的答复后，将最初要订50万美元的货物增加到了90万美元。
一旁的查理看得目瞪口呆，他根本就没想到琼斯的销售工作竟然会这般顺利。
后来，琼斯因为一贯都把每项工作做得非常圆满，而被提升为部门经理，并受到了公司的嘉奖。
这个故事给我们的启发在于，很多销售人员在接近客户时，常常因为事先没有准备而错失近在眼前的大好机会。
其实，只要准备充分，后面的工作就会达到水到渠成的效果，就像琼斯一样，只不过在每次会见客户之前，把所有可能用到的资料全都准备好，并提前调查清楚对方公司的实际情况以及最新的动态，掌握第一手资料。
当一切准备就绪后，在会见客户时就有了十足的把握。
那么，销售人员在接近目标客户前，必须要作哪些准备工作呢？
一、了解客户　如何能让客户接受我们？
如果我们能在很多方面作好充分的准备，给客户留下很好的印象，那客户接受我们的概率就会大大增

加。
我们要了解客户的基本情况，准备与客户有关的所有资料。
客户资料的收集要多途径、多角度地进行，尽可能全面地收集所有与其有关的资料。
资料准备得越充足，你对客户形象的把握就越清晰，面谈的切入点也就越明确。
客户资料的收集要包括如下内容：基本情况(包括姓名、性别、年龄、学历、职业等)、健康情况、家庭情况、经济情况、个人爱好、个人经历以及最近的活动，例如看过的一部电影，读过的一本书，参加的某个活动等。
了解客户的家庭情况以对症下药也是许多销售人员获得成功的“杀手锏”。
例如，销售人员如果知道客户的儿子喜欢集邮，在拜访客户时送上了一些邮票，就会迅速博得客户的好感。
此外，通过了解客户的性格爱好，寻找对方感兴趣的话题，也是不少销售人员获取对方好感的捷径。
另外，销售人员还应充分考虑到销售过程中客户可能出现的反应，比如客户对销售人员的态度，销售过程中可能会遇到的阻力，客户购买行为特征，客户可能会有的反对意见，客户的主要购买动机以及客户的购买政策等等。
二、了解产品　销售人员应该像熟悉自己一样熟悉本公司的产品，这是开展销售工作的前提和基础，否则一切都无从谈起。
既然熟悉本公司的产品情况如此重要，销售人员应该从哪些方面开始着手呢？
首先，从产品的概念开始。
产品是指能够向市场提供的，供消费者使用的，可满足某些需求的所有东西，其中包括实物、劳务、场所、组织以及构思等。
按照产品的类型，产品整体可划分为三个层次：核心产品、有形产品及附加产品。
其次，销售人员如果对所销售的产品没有足够的认知，就要多向公司相关人员学习，直到弄懂为止。
销售人员要切记，一定不能不懂装懂，否则在回答客户的提问时就会漏洞百出，使客户心生怀疑。
因此，凡是可以促进销售进行的产品知识，销售人员都要力争掌握。
一般情况下，以下四个问题是必须牢牢掌握的。
1．产品的质量和价格　客户最关心的东西，首推产品的质量和价格。
客户总在努力寻找质量和价格的最佳契合点，不断追求物美价廉的产品。
因此，作为一名销售人员，不但要熟悉本公司产品的质量和价格，还要熟悉市场上同类产品的质量与价格。
由于客户购买产品的动机不同，所以他们所需要的型号、价格也不相同。
有些客户购买产品时更注重价格低廉，而有些客户则是要求经久耐用，还有些客户是追求品牌、豪华或是要求产品具有多功能与高性价比。
所以，销售人员对产品要有充分的了解，这样才能从容地面对不同的客户。
2．产品的用途及其局限性　销售人员一定要了解自己所销售产品的优缺点。
在向客户介绍产品时，销售人员除了要向客户介绍产品的优势、突出特点，还要指出产品的缺陷，以便让客户通过比较作出选择。
此外，销售人员对产品的使用方法，也必须详加了解。
3．产品和客户需求之间的关系　客户购买产品是为了满足自己的需求，所以，销售人员在开展营销活动前，要先弄清楚产品与客户之间的关系。
假如你是一名汽车销售人员，你除了需要熟悉多种汽车的型号和价格外，你还必须清楚客户购买汽车的目的是什么——主要是为了私人享受，还是为了工作上的需要。
也就是说，销售人员必须对客户有一定的了解，弄清客户的需求、目的和动机。
只有这样，销售人员才能根据客户的不同需求推荐不同的产品，从而提高工作效率。
4．产品必要的售后服务　客户在购买产品时，通常会向销售人员询问产品售后服务方面的问题，并会对产品的报废年限、保质期、产品的保养措施等方面十分感兴趣。
例如，他们可能会问：“你的产品需要怎样维护？

”“ 会用到电池吗？
”“ 电池的寿命可以够维持多久呢？
”“ 照相机需要其他特别的保养吗？
”“ 假如需要服务的话，应该如何联系厂家？
”“ 产品本身附有什么保证吗？
”面对这些询问，销售人员必须事先熟悉产品的性能及其售后服务。
除了上述四点，以下几个方面也是销售人员应该着重了解的：产品的原料、生产方式、工作原理、设计特点；产品获得的荣誉和奖励、在媒体上做的各类广告；产品的上游与下游产品以及配套产品、可能的替代产品以其竞争对手的同类产品等。
由此可见，要想成为一名优秀的销售人员，就必须非常熟悉自己所销售的产品。
此处所说的“ 产品 ”不是狭义上的，而是把它作为整体概念上的产品，不仅包括无形的也包括有形的，它不仅要满足客户生理上和物质上的需要，还要满足客户心理上和精神上的需要。
产品的整体观念体现了以客户为中心的新销售观念。
P15-19

编辑推荐

龙盛泽编著的《靠销售起家》内容涵盖了销售领域的各个方面，包括销售人员的自我塑造、形象礼仪、沟通技巧、客户调研、需求挖掘、产品展示、产品劝购、货款回收以及售后服务等全面技能，为了让销售人员更好地学习和掌握各种销售技能，本书还特设了“销售要诀”和“实战演练”两个版块。“销售要诀”版块的设计是为了提示读者必须学会的一些销售知识与技能要点；“实战演练”版块则是一些稍具难度的强化练习，只有将本书所讲的理论付诸到具体的操作实践当中，才能更好地理解与应用所学到的销售知识和技巧，从而通过销售创造属于自己的财富和美丽人生。

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