第一图书网, tushu007.com

<<销售靠嘴 订单靠“ 抢 ”>>

图书基本信息

书名：<<销售靠嘴 订单靠“ 抢 ”>>

13位ISBN编号：9787516401040

10位ISBN编号：7516401048

出版时间：2012-7

出版时间：企业管理出版社

作者：尤颖，王凯　编著

页数：206

字数：200000

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

客户是企业实现利润的直接来源，失去客户企业将无法立足，对于销售人员来说同样如此。
销售人员是连接客户与企业之间的纽带，同样需要依赖客户而生存，对于销售人员来讲，拿到订单意义非凡。
　我们经常听到销售人员感叹：销售难做，订单难拿啊！
很多销售人员一提到订单就头疼，订单的数量成了许多销售人员无法忍受的“ 紧箍咒 ”。
但只要做一天销售员，就得戴着这个“ 金箍 ”过日子。
　也有人说销售好做，许多毕业生在求职碰壁后走上了销售行业，有些人很快便在销售行业干出一番名堂，业绩也风生水起，但是这只是极少数，很多人在踏上销售行业的第一步都是碰了一鼻子灰。
如果你是一个明智的人，就不可能仅仅依靠自己摸着石头过河。
许多成功的销售人员在回忆起销售的起步阶段时，都承认或多或少地走了弯路。
这些弯路大多是不必要的，作为销售人员应该摒弃弯路，少走弯路。
　有资料表明，销售人员中有多数的人是失败者和平庸者，只有少数能够获得成功。
道理再简单不过，绝大多数人在多次的失败后失去了前进的动力和耐心。
能够享受成功的喜悦、顽强而执著地坚持到底的只是极少数人，在历尽艰辛后才能领略到无限的风景。
　销售是一个既充满挑战又充满艰辛，但也孕育着成功的工作；这是一个不靠任何背景，完全依靠个人的智慧与能力的职业；这是一个不需要金钱，只需激情和毅力作资本的职业。
许多身无分文、学历较低的人都投身于此，但这并不意味着在销售领域很容易获得成功，如果你不经意问忽视了客户的需求，客户不满意，订单就会丢掉，而拿不到订单，业绩的提升也就无从谈起。
　本书从销售人员的切身体验出发，阐明做好销售的难点，并提出可行性建议。
教你如何跨过新手“ 门 ”，打造出一个值得客户信任的形象，将自己推销给客户；如何成功约见客户，做好销售陈述；面对各式各样的客户，怎样做到量体裁衣，选择合适的销售策略；告诉你销售过程中，哪些问题是可以规避的，摆脱销售误区；为你解析销售环节中应该注意的细节，虽然不能做到天衣无缝，但一定要尽善尽美，不让一个订单因为你的失误而丢掉。
　总之，对于一个销售人员来说，销售业绩高于一切。
本书正是想你之所想，急你之所急，告诉你如何“ 抢 ”在其他人之前拿到订单。
但又不仅仅是简简单单地说教，结合案例和一些金牌销售员的成功经验，以生动的语言呈现给读者。
不论您是一个销售新人，还是一个营销高手，都希望您能在阅读过本书后业绩节节攀升！
　编者

内容概要

《销售靠嘴订单靠抢》(作者尤颖、王凯)从销售人员的切身体验出发，阐明做好销售的难点，并提出可行性建议。
《销售靠嘴订单靠抢》教你如何跨过新手“ 门 ”，打造出一个值得客户信任的形象，将自己推销给客户；如何成功约见客户，做好销售陈述；面对各式各样的客户，怎样做到量体裁衣，选择合适的销售策略；告诉你销售过程中，哪些问题是可以规避的，摆脱销售误区；为你解析销售环节中应该注意的细节，虽然不能做到天衣无缝，但一定要尽善尽美，不让一个订单因为你的失误而丢掉。

<<销售靠嘴 订单靠“抢”>>

书籍目录

第一章 如何跨过新手“门槛”
1 销售员必备的良好素质
2 学会与客户交谈
3 抓住客户的十八个心得
第二章 如何发掘客户需求
1 产生客户需求的种类
2 找准客户的主导需求
3 发掘和创造客户需求
第三章 如何寻找准客户资源
1 准客户的MAN原则
2 骑马找马，开发新客户
3 利用媒介寻求客户
第四章 如何成功约见客户
1 成功约见的七大步骤
2 约见需注意的六大技巧
3 电话约见的方法
第五章 如何接洽客户
1 餐桌上的风度
2 名片的使用方法
3 接洽客户的细节
第六章 如何将自己推销出去
1 推销自己是拿到订单的第一步
2 塑造良好的第一印象
3 推销自己的六大技巧
第七章 如何选择销售策略
1 根据客户性格特点选择销售策略
2 根据客户职业特征选择销售策略
3 面对面推销的艺术
第八章 如何做好销售陈述
1 什么是销售陈述
2 销售陈述的开场白
3 销售陈述的四大技巧
第九章 如何倾听客户需求
1 倾听客户才更了解客户
2 麦肯锡的客户倾听走访法则
3 倾听的六大要诀
第十章 如何应对客户异议
1 什么是客户异议
2 正确处理客户异议的方法
3 处理客户异议的六大技巧
第十一章 如何把握成交时机
1 成交的合适时机
2 抓住客户发出的信号
3 成交阶段常犯的错误
4 促成交易的十四个方法

5 把握与潜在客户的成交机会
第十二章 如何进化成销售高手
1 将注意细节变成常态
2 合理安排工作时间
3 轻松缓解工作压力

章节摘录

版权页： 插图： 做销售人员很容易，这一点从销售人员的人员结构就可以看出来，但是成为业绩冠军就不容易了。
美国的调查表明，超级推销员的业绩是一般推销员业绩的300倍。
在许多企业，80%的业绩是20%的推销员创造出来的，这20%的人并不是俊男靓女，也非人人能言善道，成功的途径多种多样，但是，成功也有共同点，就是他们都能用语言说服客户，拿到订单。
假设你接到这样一个任务，在一家超市推销一瓶红酒，时间是一天，你认为自己有能力做好吗？
你可能会说：小菜一碟。
那么，再给你一个新任务，推销汽车，一天一辆，你做得到吗？
你也许会说：那就不一定了。
如果是连续多年都是每天卖出一辆汽车？
您肯定会说：不可能，没人做得到。
可是，世界上就有人做得到，这个人在15年的汽车推销生涯中总共卖出13001辆汽车，平均每天销售2辆，而且全部是一对一销售给个人的。
这个人就是乔·吉拉德，他也因此创造了吉尼斯汽车销售的世界纪录，同时获得了“ 世界上最伟大推销员 ”的称号。
推销是靠嘴吃饭的职业。
有一部分推销员口才很不错，打开话匣子以后口若悬河不停顿，根本不给客户提问的机会，自己讲完了如释重负感觉很好。
客户说话了：“ 我很忙，以后再说吧！
需要的时候跟你联系。
”推销员还没有缓过神来，客户已经走了。
作为推销员必须具有： 知识素质 现代市场流通首先是一种“ 知识 ”的流通。
市场经济是一种高度社会化分工协作的经济，生产分工割断了生产过程与消费过程的直接联系，市场这个纽带可以再把它们连结起来，而销售人员则是这种联系的媒介。
丰富的知识储备对优秀的销售人员来讲是尤其重要的，销售人员要从销售培训和在职培训以及自学中获取大量相关知识。
例如：行业和公司知识，产品知识，价格促销策略，公司奖励策略，市场及客户知识，竞争者知识，技术知识，知道的越多，越容易建立信任并赢得购买者的信心。
（1）销售人员必须把产品的各种知识介绍给用户，让客户了解生产者的意图。
当然，要推销产品，必须先掌握知识。
首先推销知识，然后推销产品，这是现代市场销售工作的一个主要特征。
一名优秀的市场销售人员至少应掌握一般的文化常识、产品知识和推销常识这三大类基本知识。
（2）掌握产品知识，是为了更好地了解自己所推销的产品，更好地向客户介绍产品，从而增强自己的推销信心和顾客的购买信心。
熟悉与自己产品相关的信息。
销售人员必须熟悉本公司有关价格、信用条件、产品运送程序以及在销售过程中不可缺少的其他任何情报。
在销售过程中，公司要有良好的信用条件，公司必须守信用、守合同，产品运送必须准确、及时，销售人员只有熟知这些知识，才能在销售的过程中及时地利用优惠条件来吸引客户，引发客户的购买欲。

编辑推荐

《销售靠嘴 订单靠"抢"》写到，客户是企业实现利润的直接来源，失去客户企业将无法立足，对于销售人员来说同样如此。
销售人员是连接客户与企业之间的纽带，同样需要依赖客户而生存，对于销售人员来讲，拿到订单意义非凡。
《销售靠嘴 订单靠"抢"》从销售人员的切身体验出发，阐明做好销售的难点，并提出可行性建议。

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