

<<你就是下一个销售冠军>>

图书基本信息

书名：<<你就是下一个销售冠军>>

13位ISBN编号：9787550705234

10位ISBN编号：7550705232

出版时间：2012-11

出版时间：海天出版社

作者：诸葛飞

页数：272

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>

<<你就是下一个销售冠军>>

内容概要

成为销售冠军必备的知识：产品知识、企业文化、行业信息、销售技巧。
在市场竞争日益激烈、产品同质化越来越明显的今天，销售人员的素质与能力是实现业务增长的重要因素。

《你就是下一个销售冠军》由诸葛飞编著，中国疯狂推销精英会创始人为你支招；如何成为销售冠军？
学习和实践！

<<你就是下一个销售冠军>>

作者简介

诸葛飞，1958年出生，中国疯狂推销精英会创始人。
曾任IBM（中国）公司销售部经理。
索尼（中国）电子产品销售部业务经理，安利（香港）大区销售部经理。
作者1996年至今一直从事销售与销售人员的激励与训练工作，曾每月疯狂上门拜访200家以上的客户。
半军事化的销售职业生涯，高强度的工作压力，全面系统的受训经历，让作者积累了丰富的客户收集、销售谈判、客户跟进、客户服务、自我激励的经验，使其在推销界小有名气。

<<你就是下一个销售冠军>>

书籍目录

第一章 相信自己是最好的销售员

- 新人销售第一关：面子关
- 把客户的拒绝当成习惯
- 失败算什么，不过是从头再来
- 心不能黑，但脸皮要厚
- 销售者，不卑微
- 自信，销售冠军的灵丹妙药
- 面子问题，不一定都要宁死不屈

第二章 “Are you ready?”

- 不容小觑的销售礼仪
- 销售礼仪展现个人素养
- 不同场合，服饰有讲究
- 小小名片，门道可不少
- 约会客户，礼仪要周到
- 教你一招，销售用语与优质洽谈
- 告别有术，彰显礼仪风范
- 售后服务，无形的销售

第三章 自我修炼，打造销售冠军的身体与心态

- 身体是革命的本钱，也是销售的本钱
- 心态健康，才能闯过体力关
- 好业绩源于好身体
- 金牌销售都有一颗忍让心
- 热情让销售变简单
- 投其所好，让销售更进一步
- 完善自我，磨砺销售性格

第四章 运筹帷幄，销售冠军的心理战

- 洞察客户心理，消费心理分析
- 换个位置，站在客户角度思考
- 买卖中的博弈心理学
- 永远不要把客户当笨蛋
- 销售法则中的黄金30秒
- 如何应对客户的“防火墙”
- 驱动客户，隐藏在背后的巨大力量
- 人情交换，销售冠军的手中利剑

第五章 销售“三国杀”，更新你的谈判技巧

- 谈判如过关，语言是武器
- 谈判三分钟，准备一个钟
- 良好开端，是谈判成功的一半
- 谈判续场，开局的窍门
- 提高谈判能力，掌握销售秘技
- 取胜之钥，策略为王
- 讨价还价，销售冠军的必经之路
- “孙子兵法”不是“孙子”兵法
- 从细节出发，取得谈判优势
- 懂得破冰，打破谈判僵局

<<你就是下一个销售冠军>>

谈判结束，但销售仍在进行

第六章 战胜挫折，才能走向销售冠军宝座

面对挫折，心态第一位

你的最大敌人是自己

跨越挫折，走上销售精英之路

销售冠军的秘密：越挫越勇

放弃，是面对挫折的第三选择

走向成功，让热情融化挫折

设一个伟大的目标：超越自我

唯一不能磨灭的，是意志

第七章 把客户“hold住”——赢得客户的技巧

销售哪里都有，但哪里有客户

了解客户类型是销售成功的关键

激发客户兴趣，挖掘销售机会

开场白——销售冠军的杀手锏

客户有异议，聪明巧处理

消除客户抱怨是成单前最重要的一步

服务之道：细节决定成败

交易契合点，就在共同利益

柜台服务，磨砺销售技巧

<<你就是下一个销售冠军>>

章节摘录

(7)过分怀疑型 这一类顾客疑心较重，不信任销售人员的片面之词，认为销售人员只会自卖自夸，放大了产品好的性能，没有将真实的情况实事求是地告诉他们。

销售人员必须时时充满自信，自己认同产品，对产品充满信心。

在面对怀疑型的客户时，才会打消他们的怀疑。

千万不要逞你的口才，这时好口才才是缺点，因为客户怀疑你本身，所以最好的办法就是诚信相待，不卑不亢，语气温和，态度坦诚，这样的交谈，比较容易销售成功。

(8)假意周旋型 不想买，却表面爱问问题的这类顾客，多数表面和善，对上门销售不拒绝，问东问西，销售人员有求必应，一一回答后，就是没有购买的意思。

如果销售人员明确提出让他购买，对方往往会转移话题，或者干脆装聋作哑，没有任何反应。

此类客户是比较理性的，购买之前会考虑到方方面面，尤其是产品的价格，这类顾客潜意识中总在想，销售人员的报价一定很高，折扣必须一再下压，有的人甚至就不信任产品的质量。

此时，销售人员别在价格上轻易让步，这样反而容易使对方对你的产品质量产生怀疑，从而使买卖破裂。

需要提醒销售人员的是，这类顾客也有可能是诚心实意地与销售人员洽谈生意，前提是购买对他有利，所以，销售人员要尽量让顾客看到产品对他的有利之处，巧妙地促使其购买。

(9)傲慢冷淡型 这类顾客大多主观性强，自以为是。

在沟通时不通情理，高傲孤僻，也不太重视感情。

最显著特征就是“顽固”，凡是认准的，都会坚持到底，开始接近时比较困难，但是一旦建立起业务关系，便能够持续较长时间，也非常容易相处，对待这种顾客，销售人员首先要放低自己的姿态，介绍产品时最好能让对方对自己有好感，如多次说服仍被对方拒绝，也可用激将法来引起对方辩白，或许会使交谈有所转机。

举个例子，“要早知道你没这个能力，我就不该来这浪费时间”或者“别人都说你好商量，来了才知道别人都在胡说八道”，以这种方式引起对方辩白，有可能激起对方的消费欲望和兴趣，进而达成交易。

但需要注意，言辞太过激烈，往往会引起冲突，凡事适可而止。

.....

<<你就是下一个销售冠军>>

编辑推荐

中国疯狂推销精英会创始人为你支招：如何成为销售冠军？
学习和实践！

成为销售冠军必备的知识：产品知识，企业文化，行业信息，销售技巧

<<你就是下一个销售冠军>>

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>