

<<最经典的销售智慧全集>>

图书基本信息

书名：<<最经典的销售智慧全集>>

13位ISBN编号：9787560165400

10位ISBN编号：7560165400

出版时间：2010-12

出版时间：吉林大学出版社

作者：董贵山 编

页数：346

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>

<<最经典的销售智慧全集>>

内容概要

本书不但能教给你成为一名优秀销售员的全套本领，让你掌握卓有成效的销售技巧，而且也教给你人生的道理，让你既把销售当成一种享受，从中获得财富，还能找到自己的价值，获得人生的快乐。

如果你也想提升自己的销售能力，成为销售世界的王者，那就从阅读本书开始吧！

本书不但适用于初涉销售行业的新手，也适用于销售行业的行家里手。

同时，对于那些想让自己和团队的业绩上一个新台阶的销售教练和销售经理而言，本书更是他们最佳的指导手册。

<<最经典的销售智慧全集>>

书籍目录

第一章 准备到位，事半功倍第二章 洞察客户的心理需求第三章 锤炼销售口才第四章 巧妙征服谈判对手第五章 掌握必要的销售技巧第六章 正确应对客户的抱怨与拒绝第七章 电话销售的策略第八章 管理好你的情绪第九章 心态决定销售的好坏

<<最经典的销售智慧全集>>

章节摘录

在这里，我们只讨论销售流程准备阶段的开端，其他内容还有调查研究、计划接近客户以及计划拜访客户等。

因为找不到一个更合适的词来说明这个“开端”阶段，所以我们只能将它命名为“准备”阶段。

为了更好地理解和掌握这里所讨论的“准备阶段”的本质和要点，我们不妨再细化一下，将它分成如下的三个部分：第一，要对自己所代理产品的相关信息了如指掌；第二，要让自身适合所有客户的需要；第三，要能够灵活运用所学的知识。

上述三项作为实际销售所需的准备工作必须要保质保量地完成，绝不能有一丝一毫的疏漏。

否则，在调查研究阶段、计划接近客户阶段、计划拜访客户阶段以及以后销售流程的其他所有阶段当中，推销员都会遇到麻烦和障碍。

为了让自己的建议得到客户的积极响应，推销员需要为客户提供所代理产品的准确而全面的信息。

要想做到这一点，推销员自己首先要准确而全面地掌握这些信息。

在掌握这些信息以便为以后的实际销售做准备的时候，销售人员千万不要忘了：推销员的真正目标是切切实实地为顾客服务。

如果一个推销员没有充分认识到自己所代理的产品所具有的价值，那么，他将不可能为客户提供真正的服务。

因此，如果在了解了你打算代理的产品之后，你觉得自己对这些产品或者这个公司缺乏信心，那么，你应该立即做出决定：要么就马上辞职，要么赶紧了解更多的信息以便增加自己的信心。

在这里我们假设你对自己所代理的产品充满了信心，而且也深信自己所在公司具有光明的前景。

你正在努力了解自己所代理的产品，以便对相关的信息有一个准确而全面的掌握——出于对自身利益的需要，客户需要了解这些信息。

当然，你不可能每见到一位客户就将自己所了解的全部产品信息都告诉他。

那样做是很不明智的，因为不同的客户可能会有不同的需要。

但是，要想得到每一位客户的认可和好评，你的头脑中必须有全面的知识储备。

你的知识储备应该尽可能地全面和完善，这一点同百货公司有相同之处，因为百货公司也是力求为顾客提供各种各样的商品。

没有任何一位顾客会去购买百货公司所出售的所有商品，每一位顾客只可能会对某些商品感兴趣。

但是，所有的顾客加起来之后，他们的需求就会覆盖到整个百货公司所出售的全部商品。

如果一位顾客的需求得不到满足，比如他在商场里找不到他想要购买的某一种商品，那么，他就会理所当然地认为这家百货公司的服务不能令人满意。

虽然商品越多越好，但是，过于庞杂的商品种类——包括所有可以想象得到的商品——却可能会降低商场的效率。

更确切地说，一个商场所提供的商品越多，商品的摆放秩序和为顾客所提供的服务就越差。

因此，商场会按照适当的标准把所有的商品分门别类，然后将它们放置在不同的区域。

比如，我们要买鞋子就需要去“鞋部”，而不能去“杂货部”。

负责库存管理的部门对商品的分类和摆放有更细致的规定：每一种商品无论是摆在货架上、柜台里还是陈列架上，都有其特定位置。

一名称职的售货员在自己的管辖范围之内可以准确地找到任何一种商品。

一个商场是这样，一个推销员也同样如此。

他不仅要对自己所代理的商品有准确而全面的了解，而且还要将这些知识和信息归纳整理，使之在头脑中分门别类、条理清晰。

这样，一方面推销员自己不会遗漏任何信息，另一方面，在客户需要了解推销员所代理的产品和公司的相关信息的时候，推销员也能够及时准确地做出回答，而不至于手忙脚乱地四处寻找。

很多推销员都是在客户那里碰壁之后才追悔莫及：“如果当时能够想起这些观点和提议来，我很可能就已经说服客户购买我的产品了。”

”像这样的情况都是服务上的失败。

<<最经典的销售智慧全集>>

一个商场也会遇到同样的情况。

比如一位顾客需要某种商品，但是售货员却以为这种商品卖完了，或者他知道还有存货但怎么也找不到，最后只得遗憾地失去这个销售的机会。

如果一个商场的商品库存系统没有得到高效的管理，那么，出现这样的问题是很正常的，也是不可避免的。

同样，销售人员也需要根据一定的提纲将自己“记忆仓库”中的所有知识和信息“放置”得井井有条。

同时，他们要把相关的提纲烂熟于心，以便在需要的时候根据提纲快速“检索”，及时地找到所需的知识和信息。

当一个推销员在为销售某种商品做准备的时候，一个非常可取的方法是将需要了解的知识 and 信息进行系统化的分类整理，然后将它们制作成一个书面的表格。

这种简化的方法可以帮助推销员准确地记忆相关信息。

在需要的时候，他的头脑中就会浮现出图表的形象，然后就可以回忆起图表中的所有内容。

就像当你读到一首诗并且将它背诵下来的时候，你不仅仅能够回忆起这首诗的词句，而且还能够记起每一诗节在某一页上的大概位置。

对图表的记忆也同样如此，图表中的一部分往往能够让你联想起与之相关的其他部分。

‘如果一个推销员头脑当中的知识和信息没有系统、没有条理，那么，在解答客户某些疑问的时候或者在遭到客户的拒绝之后，他往往不能马上想到答案或者做出适当的反应。

但是，如果这个推销员已经将他的知识图表化了，那么，他只需要回忆一下脑海中的那张图表，然后所有的知识点立刻就可以清晰地浮现在眼前。

我们所说的图表是将与产品有关的信息归纳总结之后形成的一个提纲和摘要。

下面让我们探讨一些细节问题。

上述的提纲仅仅是一些标题。

每一个推销员都应该根据自己所代理的不同产品在若干个标题之下填上相应的内容。

在这里，我们只讨论一些推销员经常忽视的内容。

‘首先是“产品的历史”。

一种产品的历史不仅会引起你自己的兴趣，而且还会很容易地引起客户的兴趣。

事实上，即使是那些最为平常的东西，我们对它们的历史也知之甚少。

所以，销售人员在了解自己所代理的产品相关信息的时候，很有必要关注一下它们的历史。

假如一个推销员在推销由海岛棉制成的一种衣料的时候，能够解释一下海岛棉为什么会有异乎寻常的长纤维，那么，他的销售工作就会变得更有吸引力了。

因为他的话立刻就赋予了这种衣料一种独特的个性，使它们变得不再像其他衣料一样仅仅是一种普通的棉布了。

其次是产品生产方面的知识——“工人的素质”。

大多数人对产品的生产过程都知之甚少。

事实上，直到在电影上看了“福特教育周刊”之后，我们才了解了那些为我们制造日用品的人们。

假如你正在推销糖果，你就可以有效地利用糖果生产流程其中的一个典型事例来说明那些生产糖果的工人都具有很高的素质。

比如，你不需要说“这些漂亮的盒子都是由经验丰富的女工包装的”，而应该向消费者详细地介绍某一位女工，要说明她的具体工作以及她在工作中的敬业和辛苦。

<<最经典的销售智慧全集>>

编辑推荐

《最经典的销售智慧全集(最新经典珍藏版)》编辑推荐：一本销售管理培训的绝好教材，值得所有销售管理者学习，帮您解决销售问题，为成功找对方法。

无论你销售的东西大到上千万元，还是小到几元，无论你销售的是有形的产品，还是无形的方案，你必须让你的产品或你的想法获得他人的接受，如果你不销售产品，必然要销售你的主张，给你的顾客、给你的上司、给你的合作者……否则你将无法生存在这个相互依存商业社会。

<<最经典的销售智慧全集>>

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>