

《打倒墨菲定律挽救我的销售》

图书基本信息

书名：《打倒墨菲定律挽救我的销售》

13位ISBN编号：9787500569435

10位ISBN编号：7500569432

出版时间：2004-1

出版社：中国财政经济出版社

作者：吉格里奥

页数：212

译者：何涌

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《打倒墨菲定律挽救我的销售》

内容概要

墨菲定律说：“凡事只要有可能出错，那就一定会出错。”在销售上，这点更是百分之百的正确，而且绝对会让你付出代价。面对精明的消费者，销售人员只要稍不注意就可能丢了生意。顶尖的销售人员应该知道如何克服这些困难，并让销售会议回到真正的重点上 - 也就是客户的问题，以及如何解决这些问题。本书犹如一张供你按图索骥的地图，经过一个个轻松有趣，深入人心的销售实例与解决问题之道，让你在看似成交希望渺茫时，还能将销售会议拉回正轨。通过本书，你无须再害怕遇见形形色色的问题客户，也惟有翻看本书，才能让你处于销售劣势时不致节节败退，而是有效地反败为胜，成功地达成销售目的，冲向业绩的高峰。

《打倒墨菲定律挽救我的销售》

作者简介

作者：（美国）吉格里奥（Giglio Stephen A.） 译者：何涌史蒂芬·吉格里奥是吉格里奥公司的创办人兼总裁，专门提供销售与经营管理顾问服务，其客户包括美国运用、花旗银行、ESPN等知名企业。

《打倒墨菲定律挽救我的销售》

书籍目录

第1章 解析销售拜访第2章 击败墨菲的最好办法第3章 提防墨菲第4章 好好想一想第5章 嗨！你好吗？
第6章 设定议程第7章 客户身上的墨菲定律第8章 好戏上场第9章 击退墨菲，捍卫领土第10章 摆平墨菲，达成交易第11章 达成交易绝不代表销售结束

《打倒墨菲定律挽救我的销售》

媒体关注与评论

书评本书旨在打破墨菲定律这个看似颠扑不破的至理名言。在本书中，你可以见到顶尖的销售人员如何克服墨菲定律中的种种灾难预言，将原来看似渺茫无望的销售过程，转变成否极泰来的成交契机。本书针对不同情境的特定技巧，集结成以下各项实用的绝妙策略，在重要关头，这些技巧一定能够成为你临门一脚的利器。

《打倒墨菲定律挽救我的销售》

编辑推荐

本书旨在打破墨菲定律这个看似颠扑不破的至理名言。在本书中，你可以见到顶尖的销售人员如何克服墨菲定律中的种种灾难预言，将原来看似渺茫无望的销售过程，转变成否极泰来的成交契机。本书针对不同情境的特定技巧，集结成以下各项实用的绝妙策略，在重要关头，这些技巧一定能够成为你临门一脚的利器。

《打倒墨菲定律挽救我的销售》

精彩短评

1、 书总体来说不错，讲的道理基本都是些常识，但看后还是会有启发。而且，往往常识的东西才是最重要的东西。

- 1、站在客户的立场思考，客户的情感和需求最重要。
 - 2、事先应该做大量的调查，以弄清客户的需求。
 - 3、谈论客户感兴趣以及跟客户需求相关的话题。
 - 4、倾听及引导客户，明确客户需求后再进行推介。
 - 5、推介应有表现力，包括语气、表情、动作、媒介等。
 - 6、与客户交谈前即先确定会议议程，争取时间及控制权。计划是实施控制的必要手段。
 - 7、预先设想可能遇到的所有情况，并想好对策。
- 2、对概率这事实是在是...
- 3、这本书是买《文案发烧》赠的，看后感觉受益匪浅。书的版式也不错。但是质量一般，里面有几张油墨很重，都透过来了。以前看《发现你的销售力量》感觉很多东西是我们的日常生活的归纳总结，但是这个会有“原来这样处理更好”的感慨。
- 4、私人藏书，已入SC书库
- 5、还没来得急看呢，看了个大概，觉得还可以。
- 6、1、站在客户的立场思考，客户的情感和需求最重要。2、事先应该做大量的调查，以弄清客户的需求。
- 3、谈论客户感兴趣以及跟客户需求相关的话题。
- 4、倾听及引导客户，明确客户需求后再进行推介。5、推介应有表现力，包括语气、表情、动作、媒介等。6、与客户交谈前即先确定会议议程，争取时间及控制权。计划是实施控制的必要手段。7、预先设想可能遇到的所有情况，并想好对策。

7、 墨菲定律很有趣。一般都是许多生活经验，但却非常准确，不符合概率论。比如一直在等某个电话，等了好久电话却一直不来。出去上了个厕所或者因为别的什么事走开了一会，就会有未接来电。

我本估摸“打倒墨菲”该是本介绍如何阻止不好的预期自我实现的书。结果发现，原来是本销售技巧的大总结：从准备一直到评估，推销的各个步骤介绍得详尽细致。不只是详尽，还有可怕的段落重复。作者卯着劲儿分点归纳，是挺辛苦的。这样的一些大白道理被人总结出来分成点儿排在一起，顺手翻翻还是能有些“情商上升”飘飘然的错觉的。

从这本书对墨菲定律的解释来看，这个定律没什么实质的意义。A、B、C、D、E都是F发生的必要条件，每个必要条件里都藏着个墨菲将F推入失败境地。这样的墨菲定律不是噱头是什么？

非要解释，凭直觉这该是因为人们对小概率事件的发生印象深刻。在我看，墨菲定律该是个伪命题。

《打倒墨菲定律挽救我的销售》

精彩书评

1、书总体来说不错，讲的道理基本都是些常识，但看后还是会有启发。而且，往往常识的东西才是最重要的东西。1、站在客户的立场思考，客户的情感和需求最重要。2、事先应该做大量的调查，以弄清客户的需求。3、谈论客户感兴趣以及跟客户需求相关的话题。4、倾听及引导客户，明确客户需求后再进行推介。5、推介应有表现力，包括语气、表情、动作、媒介等。6、与客户交谈前即先确定会议议程，争取时间及控制权。计划是实施控制的必要手段。7、预先设想可能遇到的所有情况，并想好对策。

2、墨菲定律很有趣。一般都是许多生活经验，但却非常准确，不符合概率论。比如一直在等某个电话，等了好久电话却一直不来。出去上了个厕所或者因为别的什么事走开了一会，就会有未接来电。我本估摸“打倒墨菲”该是本介绍如何阻止不好的预期自我实现的书。结果发现，原来是本销售技巧的大总结：从准备一直到评估，推销的各个步骤介绍得详尽细致。不只是详尽，还有可怕的段落重复。作者卯着劲儿分点归纳，是挺辛苦的。这样的一些大白道理被人总结出来分成点儿排在一起，顺手翻翻还是能有些“情商上升”飘飘然的错觉的。从这本书对墨菲定律的解释来看，这个定律没什么实质的意义。A、B、C、D、E都是F发生的必要条件，每个必要条件里都藏着个墨菲将F推入失败境地。这样的墨菲定律不是噱头是什么？非要解释，凭直觉这该是因为人们对小概率事件的发生印象深刻。在我看，墨菲定律该是个伪命题。

《打倒墨菲定律挽救我的销售》

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:www.tushu000.com