



图书基本信息



内容概要

《乔·吉拉德销售智慧大全集》以乔·吉拉德的 sales 理念为主线，结合当前销售市场的实际情况和销售人员的需求，通过大量的情景设计和典型案例，以及精心设计的数十个销售技巧小贴士，详细阐述了销售过程中每个环节与步骤中的实战技巧与法则，循序渐进地启发读者的销售思维，以期帮助读者取得骄人的销售业绩。

《乔·吉拉德销售智慧大全集》适合一线销售人员，尤其适合销售新人阅读使用，也可作为销售管理人员指导下属的参考用书，或培训师开展销售培训的教材。



作者简介

付微微 编著



书籍目录

《乔·吉拉德销售智慧大全集》

第一章 销售——勇敢者的职业

销售是勇敢者的职业，世上没有任何事能取代销售中所面临的挑战。有才不一定能为之，因为太多有才能的人并未成功；纵是天才也未必能为之，因为被埋没的天才屡见不鲜；而只有具有坚韧品格之人才能为之，才能应对销售中的各项挑战，才是无敌的。只有超越自我才能赢得一切!

乔·吉拉德的财富人生 3

无畏贬低，始终坚信“我能行” 5

态度决定业绩 8

设立明晰的销售目标 11

培养以过程为导向的销售理念 13

创造更多的销售时间 15

第二章 顾问式销售三部曲

每一种产品都有自己的“味道”，你要善于向客户销售产品的“味道”。

销售人员要针对客户需求对产品进行诚实的介绍，因为客户会针对你的介绍进行查证。就像销售汽车，任何一个头脑清醒的销售人员都不会卖给顾客一辆六汽缸的车，而告诉他该车有八个汽缸。顾客只要一掀开车盖，数数配电线，就会知道自己被骗了。

顾问式销售的优势 21

第一步，重新考虑销售过程 23

第二步，设计销售提示问题 25

第三步，让产品作为解决方案的保证 27

第三章 推销商品要先推销自己——销售礼仪

做销售，首先要销售自己! 国内外无数成功与失败的销售案例告诉我们，销售工作的成败主要在于销售人员本身的魅力，而不仅仅是产品的魅力。形象良好的销售人员不仅能给客户留下良好的第一印象，促成交易，并且在给客户id提供周到服务的同时，也能给客户带来美的享受。从这个角度来说，销售人员的自我形象关系到整体的服务质量，是一个不可小看的问题。

塑造良好的销售形象 31

举止优雅，充满自信 34

交换名片，有礼有节 37

为“不同的”客户做“不同的”准备 39

尊重客户的个性 42

第四章 体态语沟通很重要——行为判断

一旦你掌握了观察体态语沟通途径的方法和解读体态语的交通信号灯模式，观察客户的体态语便会成为一种自发行为。你将会发现，如果能对大多数人都忽略的这一部分交流内容进行合理的利用(在销售过程中你的感受和态度也会通过体态语表达出来)，就会为你每一次的销售带来巨大的成功。

了解体态语，增强销售力 49

影响成交的八类体态语 51

体态语沟通的五种途径 57

解读客户的“交通信号灯” 61

如何对“交通信号”做出反应 63

第五章 语言是销售成功的“利器”——口才特训

人的意识是进行充分语言交流的关键所在。如果你有意识地去聆听，你会发现有38%的态度和情绪是由“声音”透露出来的，这会为你提供另一把销售利器。与那些没有发现这一优势的销售人员相比，你的表现轻易就能超过他们。

好口才，靠训练 69

让语言与产品相匹配 72

把握好说话的节奏 74

语调要自信 76



重音，加强陈述的关键点 79

冷场时的应急处理 80

第六章 说服客户的金钥匙——约见决策者

市场竞争非常激烈，你的客户通常又很忙，所以即使仅仅能获得一次面谈机会，不论是否能够成功销售，对你都有帮助。如果你能给客户留下深刻的印象，你就能为自己赢得一个向客户介绍你的产品和服务的机会。经验证明，优秀的客户约谈策略可以为你提供更多的机会，使你更容易接近客户并完成销售。

快速确定决策者 85

巧妙寒暄，博得好感 89

提高约见几率，增加销售业绩 91

精心准备，说好开场白 95

确保成功约见六步曲 99

建立友好的客户关系 102

第七章 探查客户的期望值——需求挖掘

在具体的销售行为中，销售人员往往忽视了自己的“力量”，认为自己在和客户沟通中始终处于弱势。事实上，对于没有需求的客户而言，再优秀的产品和服务都没有优势，因为客户根本不需要。而对于有需求且想要购买你产品的客户，销售方事实上拥有很多的优势，其中之一就是你的“资源”。

持续跟踪，培养需求 107

找出客户需求的基本点 110

个性销售，方案定制 114

在服务中挖掘客户的新需求 117

发掘提问的力量 119

第八章 将反对意见转化为独特卖点——化解异议

当你真正有能力处理好客户异议时，你会发现你工作中的所有难题都会迎刃而解。在这种情况下，你将发现其实那些异议并不像自己原先认为的那样难办。当大多数销售人员对这些异议和客户退避三舍的时候，或许一个简单有效的策略就可以帮助你任何难缠的客户异议变成你签单的良好契机。

做好应对异议的准备 125

积极应对客户异议的重要性 127

异议最好推迟到销售陈述后解决 129

明确判定客户的真实异议 131

针对客户异议的重要性提出问题 133

消除价格异议的五个步骤 135

避开价格异议的误区 138

第九章 积极争取业绩——应对拒绝

销售是一种需要智慧、策略与勇气的职业，你要有耐心，不能放弃任何一个机会。或许，客户五年以后才需要买车，或许客户两年后才需要买车送给大学毕业的孩子当礼物，不管多久，你都要与客户保持联系，给予他们关心与帮助！

充分利用客户拒绝的重要价值 143

与“拒绝”作顽强的斗争 146

无畏拒绝，持续跟进 150

客户缺乏信任的拒绝处理 152

用“拒绝”鞭策自己前行 155

第十章 富有成效的销售陈述——成交关键

客户往往很苛刻，因为他要对得起自己的付出。在苛刻的客户面前，销售人员只需记住三点：第一，你自己要自信；第二，你自己要坚持；第三，你自己要分清对错。在销售过程中，要让我们的产品所体现的价值更加具体化、现实化、数字化，只有这样，客户才能够感受到具体的、实实在在的利益，才会产生购买欲望。

选择最有效的销售陈述方式 161

明确客户的身份 163



会晤准备	165
做好成交前的铺垫工作	167
正式陈述,完善销售过程	170
什么是优秀的销售陈述	173
领会成交的真谛	177
自信是影响成交的关键	180
第十一章 迈向销售巅峰——赢得客户忠诚	
在你的职业生涯中,有多少客户是你的老客户?通常老客户占的比例越多,说明客户对你的忠诚度越高;而客户对你的忠诚度高,说明客户对你的服务是满意的。如果老客户所占的比例不到50%,那么从一定程度上来说,你为客户提供的服务还很不到位,客户对你并不是很满意。请记住,最好的潜在客户就是目前的客户,在稳定的老客户身上能实现大部分的销售额。把你寻找新客户的时间和精力,拨一点给老客户吧。只要你一直坚持这样做,那么一定会与客户建立起长期的合作关系,那将会带给你更多的收益。	
争取新客户推荐	187
获得大客户的关注	189
服务带来忠诚	193
变投诉为拥护	195
用情商赢得高业绩	198
对成功要有“预见性”	201
附录:有效提问120例	204
参考书目	213



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