

《销售巨人》

图书基本信息

书名：《销售巨人》

13位ISBN编号：9787538594248

出版时间：2015-8-1

作者：徐浩

页数：416

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

《销售巨人》

内容概要

本书结合18位当今最伟大的推销员的传奇经历，剖析销售的各个环节，讲述成就高签约率、高销售业绩的销售技巧和销售经验。全书故事精彩、细节充分、分析精准，往往寥寥数语就让你豁然开朗，直达销售的本质。

翻开《销售巨人》这本书，体悟销售巨人的推销之道；反复阅读，吸收销售巨人的成交智慧。

《销售巨人》

作者简介

徐浩,资深营销策划人、销售培训师,为企业提供市场营销方面的策划、咨询和诊断,对终端市场开发和销售管理工作有着丰富的经验和独到的见解。

书籍目录

第一章

克服心魔，人人都可以成为销售英雄

戴夫·多索尔森：永远坚信美好将会发生 / / 003

哈维·麦凯：为自己所做的事感到骄傲 / / 008

哈维·麦凯：多想想成功的画面 / / 012

齐格·齐格勒：只是还没有走得足够远 / / 016

马里奥·欧霍文：不要为失败寻找理由 / / 019

汤姆·霍普金斯：失败是“拖”出来的 / / 023

金克拉：克服销售中的胆怯 / / 027

能力测试：你是否具备积极的销售心态 / / 031

第二章

为自己积攒足够的“成交资本”

金克拉：被忽视的销售工具 / / 037

原一平：价值百万的微笑 / / 041

原一平：幽默推销，客户也会爱上你 / / 045

徐鹤宁：首先，百分之百地相信自己推销的产品 / / 049

乔·吉拉德：别忘了推销你的公司 / / 053

罗杰·道森：让客户信任你的力量 / / 055

能力测试：你是否具备优秀推销员的特质 / / 062

第三章

客户要“淘”还需“养”

凯斯·费拉兹：销售是一场情报战 / / 067

汤姆·霍普金斯：人人都是你的客户 / / 076

乔·吉拉德：“250定律” / / 079

乔·甘道夫：和你的小客户一起成长 / / 082

雷蒙·A·施莱辛斯基：让老客户成为你的促销员 / / 084

杰·亚伯拉罕：经常跟有助于你业务的人沟通 / / 088

杰·亚伯拉罕：召回失联的客户 / / 093

能力测试：MBTI职业性格测试 / / 099

第四章

初次拜访，赢得客户的好感

乔·吉拉德：好形象是块敲门砖 / / 107

乔·吉拉德：用名片随时随地推销自己 / / 111

雷蒙·A·施莱辛斯基：“请给我5分钟” / / 114

雷蒙·A·施莱辛斯基：带着关切提问没人拒绝开口 / / 117

汤姆·霍普金斯：把电话打给一个陌生人 / / 121

乔·甘道夫：用独特的开场白抓住客户的注意力 / / 124

河濑和幸：少说“欢迎光临” / / 129

能力测试：销售前的准备充分吗 / / 133

第五章

找到客户的“痛点”

博恩·崔西：寻找客户的兴趣点 / / 139

汤姆·霍普金斯：我们的责任是帮助客户解决难题 / / 144

齐格·齐格勒：聊点儿与销售无关的事 / / 148

弗兰克·贝特格：销售不是说出来的，而是问出来的 / / 151

雷蒙·A·施莱辛斯基：闭上嘴，先听听客户怎么说 / / 155

金克拉：让客户明白产品的价值所在 / / 160

能力测试：菲尔人格测试 / / 163

第六章

销售是套“组合拳”

乔·吉拉德：只有一个肯定的答案 / / 169

柴田和子：找准能够拍板的人 / / 173

乔·吉拉德：富兰克林成交法 / / 177

博恩·崔西：一开始就把订单放在客户面前 / / 180

汤姆·霍普金斯：巧妙利用商品的缺陷成交 / / 183

乔·吉拉德：“主场作战”占尽气场 / / 188

金克拉：销售依靠策划而非运气 / / 190

罗杰·道森：双赢谈判 / / 194

罗杰·道森：蚕食策略让你的收益最大化 / / 197

罗杰·道森：来而不往非礼也 / / 201

杰·亚伯拉罕：如何在网络上销售 / / 204

河濑和幸：“传单”发放有讲究 / / 209

齐格·齐格勒：上门推销的技巧 / / 212

柴田和子：巧妙越过电话障碍 / / 217

能力测试：你是个专业的推销员吗 / / 221

第七章

把“价格”换算成“好处”

乔·吉拉德：不要急着和客户谈价格 / / 229

乔·吉拉德：报出一个合理的低价 / / 232

齐格·齐格勒：把金额分解转化成客户将得到的利益 / / 234

罗杰·道森：对买家的出价故作惊讶 / / 238

罗杰·道森：让步的类型 / / 241

能力测试：了解你的心理素质和应对能力 / / 244

第八章

说服是场“心理战”

原一平：让故事说服客户 / / 249

金克拉：“话”中有“画” / / 253

弗兰克·贝特格：让“证人”来说服客户 / / 257

弗兰克·贝特格：客户只相信自己的眼睛 / / 259

乔·吉拉德：争辩赢了，生意输了 / / 262

博恩·崔西：体验过后，让客户把感觉说出来 / / 267

杰·亚伯拉罕：提出对方无法抗拒的好处 / / 271

杰·亚伯拉罕：为产品和服务“加码” / / 274

罗杰·道森：对客户不能“一视同仁” / / 279

罗杰·道森：在恰当的时候给对方施点压 / / 283

齐格·齐格勒：暗示是一种神奇的力量 / / 290

能力测试：如何把握机会、促成交易 / / 298

第九章

98%的感情，2%的产品

马里奥·欧霍文：感情——理解——感情 / / 303

原一平：让客户觉得他自己很重要 / / 306

柴田和子：记名字和送寿司 / / 310

柴田和子：“火鸡太太”的“红灯话术” / / 314

博恩·崔西：站在对方的角度提出建议 / / 317

博恩·崔西：销售是从关心人开始的 / / 321

汤姆·霍普金斯：来的都是客，切不可貌取人 / / 324

乔·吉拉德：珍惜自己的时间，更不要浪费客户的时间 / / 327

金克拉：让态度粗鲁的人成为你的忠实客户 / / 330

能力测试：推销员的潜质 / / 333

第十章

拒绝通常是颗“烟雾弹”

乔·吉拉德：把假定成交贯穿始终 / / 341

乔·吉拉德：托辞 拒绝 / / 344

罗杰·道森：别接“烫手山芋” / / 350

戴夫·多索尔森：从拒绝理由入手寻找说服客户的机会 / / 353

能力测试：销售沟通 / / 358

第十一章

临门一脚有“玄机”

乔·吉拉德：留心客户送出的“秋波” / / 363

乔·吉拉德：说不该说的话容易节外生枝 / / 367

弗兰克·贝特格：不要在客户的面前说竞争对手的坏话 / / 369

乔·吉拉德：关键时刻帮助客户做决定 / / 372

汤姆·霍普金斯：让客户觉得机不可失 / / 376

罗杰·道森：黑脸白脸一台戏 / / 381

乔·吉拉德：“先把车开走” / / 385

河濑和幸：“选哪个好呢？” / / 388

能力测试：产品讲解和示范 / / 391

第十二章

成交后，销售还未结束

博恩·崔西：交易结束，但与客户的联系不能断 / / 397

乔·吉拉德：服务、服务，还是服务 / / 400

能力测试：售后服务工作是否做得到位 / / 404

《销售巨人》

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