

《用脑拿订单（经典版）》

图书基本信息

书名：《用脑拿订单（经典版）》

13位ISBN编号：9787550287953

出版时间：2016-10

作者：孙路弘

页数：271

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

《用脑拿订单（经典版）》

内容概要

1.

高档餐厅。

惠佳。一对年轻的男女朋友在无聊地等座。

惠佳大方地上前打招呼：“您好，我是在校大学生，现在在兼职，也是我的实习工作……不知道在等待的时间，能否接受我的一个社会调研呢？仅仅占用你们两分钟。”“共有5个主要问题，都是关于手表的。”……

“第一个问题是：……

5个问题结束后不到两分钟一对年轻人买下了他们根本没有“预算和需求”的一块手表，价值300元钱。

他们为什么要买？

2.

“张总，我是创维集团西南地区的经理刘涛，集团最近人事变动，我昨天才到成都，能否约您明天见个面，主要谈一下今年的产品订货、型号配送、库存以及您的卖场的促销问题，行吗？”

张总：“噢，是刘经理，明天不行，明天是结算日，事特别多，还是改天吧。”

刘涛：“那您说哪天？”

你认为张总会给他具体时间吗？

3.

柯达准备在中国为其1000家加盟店采购模具，总金额达500多万元，这是在柯达中国试采购的第一笔…

…

张丽华，一家民营企业的资深销售顾问，在产品价格高于同行水平的背景下，走进了柯达中国采购部经理王江荣的办公室……

4.

客户几经比较，最终圈定了一家供应商，于是最令销售人员痛苦的签单杀价总是涌到最前面：

“只要你答应这个价格，我现在就签！”

“你看我这订金都带着呢，合同章都带来了，就等你一句话了。”

“咱们都谈了这么久了，你不会为了这5%的折扣不给丢了我这个大单吧？”

以指向签约为诱饵，迫使销售人员就范。此时销售人员面临着最后的诱惑，历尽艰辛，客户终于要签单了，绝大多数销售人员此时的心态都是势在必得的。——一旦你同意，你死定了：客户会借口离开。再来时，会在新的价位再次杀价。

销售人员怎么办？

《用脑拿订单（经典版）》

作者简介

《用脑拿订单（经典版）》

书籍目录

成书背景

本书结构

作者序言 销售困局的另一个视角

第一部分 全脑销售博弈的概念

第1章 关键时刻用对脑——全脑销售博弈模型

第二部分 全脑销售博弈的应用

销售初期

第2章 信任才是最重要的敲门砖——初期接触中的全脑销售博弈

第3章 问题是需求之母——控制潜在客户右脑的魔力

第4章 给客户留下专家印象未必是好事——全脑销售博弈中好感的建立与应用

销售中期

第5章 销售中期的博弈——她从柯达拿下500万订单

第6章 异议的发源与控制——“猫怕老鼠”的全脑销售博弈运用

销售后期

第7章 销售后期的右脑博弈——左右开弓拿订单

第8章 左脑对右脑的议价——让客户议价成为签单的助推器

第三部分 左右脑博弈能力的培养

第9章 全脑销售博弈的右脑开发技术——洞察潜在客户的心思不再是难题

第10章 全脑销售博弈的左脑开发技术——树立专业权威和建立顾问形象

第11章 全脑销售博弈中的右脑能力——右脑实力洞察客户心思的应用技巧

第12章 全脑销售博弈中的左脑能力——如何快而有效地推动销售进展

第四部分 大客户销售中的全脑运用

第13章 大客户销售中的全脑销售博弈——左脑计划 + 右脑销售 v s 左脑决策 + 右脑感觉

后记

附录 失败销售的12条歧途

《用脑拿订单（经典版）》

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