

# 《推销必备全书》

## 图书基本信息

书名：《推销必备全书》

13位ISBN编号：9787802113060

10位ISBN编号：7802113067

出版时间：2006-10

出版社：中央编译

作者：周树清 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以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《推销必备全书》

## 内容概要

你想迅速成为公司的推销业务高手吗?你想尽快提升自己的销售额和收入吗?为达到上述目标，本书为你提供118个简明、容易操作方法；让你尽快掌握卓越的推销技术，使自己在十天内成为一流的推销高手，轻松成功。这本简明扼要、实用性极强的图书，非常适合全国5000万推销员、业务员自学，也可以作为公司的培训教程。

本书由“十天”构成，第一天是，为自己制定一个好目标，第二天给你指出了实现目标的四大工具，第三天~第七天介绍了推销的五大实际步骤；第八天的内容是在互联网上如何推销；第九天分析了女性推销高手的特点；最后一天为推销业务员的训练和管理。与目前市场上众多推销图书不同，这本书有以下四大创新：(1)注重实务操作，有100多个具体销售方法可供你选择，并分析了35个精彩实例。(2)中外结合。既借鉴国外先进的经验，也分析了我国的推销成功范例(并在每章后面专门开辟“关注中国”专栏)。(3)设置了11套推销测试练习题，请读者参与回答，增加了读者的主动性，形成了读者与作者的互动性。(4)全书安排了37幅精彩图表，图文并茂，使你阅读更轻松。

# 《推销必备全书》

## 书籍目录

第一天 成功秘诀：一个好目标 — 如果你想成为一位推销冠军，你就能成功! 如果你没有这个目标，你就永远是你 1. 以推销专家为目标 2. 专家意识是成为专家之捷径 3. 为何要确认需求 二 订立目标的六个方法 1. 设定目标应符合实际 2. 内容应平衡 3. 设定期限 4. 制作数据表 5. 变更与修正 6. 利用视觉 关注中国一年20亿的寿险代表第二天 实现目标的“工具” — 心理素质的开发与训练 1. “我一定能成功”——自信的魔力 2. 充满热情，足以感动顾客；缺乏热情，一事无成 3. “我要坚忍不拔，直到成功” 4. 拿出勇气，全力冲过去 二 拿出比别人多两倍的时间，目标定能实现 1. 长时间工作是取得一流业绩的法宝 2. 向超级推销大师学习 三 创新创意 1. 成功推销员的思考模式 2. 开发创意的九大方法 四 推销礼仪 1. 推销成功的第一关：服饰仪容 2. 手 3. 眼睛 4. 坐有坐相 5. 站有站姿 6. (推销员与顾客的)距离 7. 名片递交法 8. 身体语言测试12题 9. 初次印象测试15题 10. 百位经理谈仪表 关注中国推销了上千万元的广告业务员闻先生谈自信第三天 寻找和接近顾客 — 寻找顾客的20种方法 1. 直接开发顾客 2. 现有的顾客：连锁法 3. 以前的准顾客 4. 朋友、熟人和亲戚 .....第四天 商品介绍的常用方法第五天 处理异议的艺术第六天 完成交易和签约的秘诀第七天 销售的关键环节：服务与跟踪第八天 网上推销方法第九天 女性推销人员的技巧第十天 推销员的管理和训练

## 章节摘录

2. 向超级推销大师学习 美国汽车推销专家李科特的推销哲学是使业绩激增，向超级推销员之路前进。他所遵奉的法则是向伟大的推销员学习成功的秘诀，这是使生涩的技巧很快就熟练的捷径，能在最短的时间里，赶上最好的推销员。当他进入公司时，马上调查出公司里有三位最好的推销员，就拜托他们指导他，同时，他也找出其他行业的优秀推销员，不断地请教他们。毫无条件地接受他们的教诲，努力学习推销技巧。因为他们的业绩很高，受到公司的器重，表示他们所采取的行动是正确的，如果业绩不如他们，则表示自己的推销方法有错误，千万不可输不起，要谦虚地学习他们的秘诀。有一些业绩不好的推销员，会在背后批评一流的推销员，借以掩饰自己的无能，李科特最讨厌这种心胸狭窄、输不起的人。不管他们怎么为自己辩护，也无法胜过一流的推销员，道理非常简单，业绩不如人就是失败者，再怎么为自己辩护，不但没有用，还会落人话柄。他刚进入福特汽车公司时，有一位琼斯先生，是当时最好的推销员，大约五十岁左右。在所有汽车公司的推销员中，他的业绩是最高的，可以说是一位超级的推销员。那时，汽车尚未普遍被使用，处于流行前的阶段，一个月的平均销售量只有现在的一半2.8辆。那时琼斯先生每天都售出一辆新车，一年就卖了365辆，是十分令人诧异的业绩，以现在的比例来换算，一天是出售两辆车子，一年卖了700辆到750辆之间的数目。而且当时出售新车，大部分还要收购客人的旧车。因此也要负责将旧车卖掉。等于现在一天出售了两辆新车、一辆旧车，一年就卖1000辆到1100辆汽车。超级汽车推销员琼斯采取共同的推销方法，请汽车修理厂为代理店。当修理厂的顾客要购买新车时，就把订单交给修理厂，由他们和顾客洽谈订约事宜。他利用这种方式，取得了很多订单。所以他那令人惊异的推销量，并不是一个人的功劳，而是一个组织的力量。当时，一些业绩不好的推销员，就在背后批评琼斯先生：“琼斯先生不像我们靠自己的力量来推销汽车，而是利用很多修理厂来一同销售，业绩当然会很好，没什么了不起。”李科特听到那些无能的人为了辩护自己所说的话，觉得非常生气，就为琼斯先生说句公道话：“那你们为什么不用琼斯先生的方法来推销呢？不过就算你们采取这种方式，我想你们也无法做到像琼斯先生那样的业绩，跟目前没什么差别。所以应该要有雅量接受事实，虚心学习琼斯的推销秘诀，向他挑战，做一个胜过他的优秀推销员。”一流的推销员所具有的共同特色之一，就是非常率直和谦虚、求知欲很强。在此介绍一位凯先生，他负责推展信实保险公司的业务，在每一家公司都有凯先生的名字，他为大家所推崇，因为其他推销员一年的业绩，平均是1000万到1500万之间，而凯先生一年所拉到的保险高达1.2亿元。 P32-33

# 《推销必备全书》

## 精彩短评

- 1、还没有读呢
- 2、很实用的书，方法与实例都具有指导作用。
- 3、内容还可以，就是配送太慢了，从北京到我这里发了整10天，我无语...
- 4、这本书提供了118个简明、容易操作方法，如何尽快掌握\*\*的推销技术，使自己在十天内成为一流的推销高手，轻松成功。这本书简明扼要、实用性极强的图书，非常适合推销员、业务员自学，也可以作为公司的培训教程。

# 《推销必备全书》

## 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](http://www.tushu000.com)