

<<顶尖自我管理>>

图书基本信息

书名：<<顶尖自我管理>>

13位ISBN编号：9787504457387

10位ISBN编号：7504457388

出版时间：2006-10

出版时间：中国商业出版社

作者：陈龙清

页数：247

字数：200000

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：<http://www.tushu007.com>

<<顶尖自我管理>>

内容概要

业务员的销售工作总是首先从自我入手，这是成长为金牌业务员最基本的条件，不要因为忽略了准备工作，而让自己输在起跑线上。

多点用心就可以多点收获，让客户喜欢看到你，你才会有更多的机会。

本书列举了金牌业务员在自我管理上的十项顶尖金律，系统地介绍了业务员销售前的准备工作；业务员工作礼仪；如何提高自身素质、修养；业务员时间管理；业务员工作规划；市场信息收集；客户信息档案管理以及自我情绪管理等等，这些内容可帮助你对销售工作做出正确的决策和行为。

<<顶尖自我管理>>

书籍目录

第一天：销售前的准备工作 1.销售礼节至关重要 2.业务员应具备的行业知识 3.精心包装自己的形象
4.找到你的产品顾客群 5.制定完善的计划第二天：顶尖业务员礼仪 1.与客户交往的礼仪标准 2.业务员
行为举止礼仪 3.业务员语言规范 4.顶尖服饰礼仪 5.掌握中国的餐桌礼仪第三天：顶尖业务员的自我完
善与发展 1.发现自己的销售优势 2.100%尊重客户 3.如何让顾客愿意接受你 4.完善自己的综合文化素
质 5.不断超越自我第四天：顶尖业务员时间管理 1.顶尖业务员时间管理原则 2.高效利用时间 3.改掉
浪费时间的坏习惯 4.建立有效的业务操作流程 5.学会控制时间第五天：顶尖业务员自我情绪管理 1.一
张随时充满微笑的脸 2.告诉世界，我能行 3.用热情感染客户 4.敢于面对失败 5.请抛弃你的自卑第六
天：顶尖业务员口才训练第七天：顶尖业务员的目标管理第八天：如何进行客户管理

章节摘录

书摘2. 业务员应具备的行业知识 你对自己产品的行业知识会直接影响你的客户，你对自己的产品有多大程度的喜欢、了解和信任，决定了你在销售过程中所传递的热情和影响力。

业务员应具备的业务素质是指其业务知识。

一般来说，业务知识主要包括以下几个方面：了解你所销售的产品 对产品具有丰富的专业知识，是一个业务人员必备的基本条件。

想想看，一个连自己所卖的产品都不了解的人，如何将他的产品卖给客户呢？我们在逛商场的时候，经常会碰到那种一问三不知的销售人员，他们对于所销售的产品不具有充分完整的知识，自然也无法回答客户所提出的问题，不能给客户满意的答复，他们的服务及销售业绩是不可能很好的。

优秀的业务员不仅对自己的产品知识要充分掌握，同时也要非常了解竞争者的产品，知道彼此之间的优缺点在哪里，这样当客户提到我们竞争者的产品时，我们才能清楚地分析和说服客户。

业务员要了解产品的性能、用途、价格、使用方法、维修、保养及管理程序等方面的知识；了解市场上竞争产品的优劣情况。

要想成功地打动顾客，再有力的口才也不及性能优越的产品本身。

业务员的责任就是将产品的这些优越性以最吸引人的方式或语句展示给顾客，因而业务员自己应先对自己销售的商品有一个正确、透彻的认识。

除了掌握产品的知识外，一个业务员的销售能力和技巧也是非常重要的。

销售是一门专业的领域，是通过不断的学习与磨练而来的。

人的一生是通过不断的学习而进步成长的，想要业绩好，就得学习如何销售和推销，这个道理再简单不过，就如向你想把网球打好，就得找个好老师教你如何打网球。

但却有许多业务员，口口声声想把业绩做好，却非常吝啬于投资时间和金钱在学习成长上，这种错误的观念所造成的损失是非常大的。

熟悉自己的企业 在销售前，你首先是向顾客介绍你的公司，所以，对公司的各种情况，你都应了如指掌。

业务员要熟悉本企业的发展历史、企业规模、经营方针、规章制度，企业在同行业中的地位，企业产品种类和服务项目、定价策略、交货方式、付款条件及付款方式等情况。

尤其当你想与陌生的顾客建立信任感的时候，公司的信誉更能发挥作用。

顾客很可能不熟悉你，但他肯定记得那些著名公司的名字，要懂得公司的良好声誉可以减轻顾客对陌生业务员的疑虑，而这种疑虑一旦消失，你就少了一个可能出现的障碍。

顾客知道你公司注重产品质量，而且知道名声卓著的大公司或机构都会聘用高素质的员工。

所以，当你推销公司的招牌时，也就是在推销自己。

不设法宣传你公司的优势是一个错误。

但确有一些业务员在这方面犹犹豫豫，因为他们心里没底。

实际上，只要你方法得当，顾客就会乐意从头到尾与你做生意。

当你想投资或买人寿保险的时候，难道你的信任感与这些公司的销售代表没有一点联系吗？当我们的社会越来越依赖各种服务的时候，业务员的作用也就会变得更加重要。

如果你代表的是一家小公司或名气不大的公司，又该怎么办呢？那你就必须依靠自己的本事，集中精力去建立起良好的信誉。

要是你曾经和顾客的一位朋友打过交道，他或许会给你引见一下，要是没有，你就得充分利用自身的优势向顾客展示你公司的特点。

也许你能通过巧妙的策略和绝招使你的公司出名。

而且，不管你代表的公司规模是大还是小，顾客都可能在遇到你之前从未与公司的任何人做过生意。

譬如，虽然一名股票经纪人具有像美林这样的大公司背景，但他的客户却和别的公司员工没有任何私人接触(除了电话接线员)。

所以说业务员就是顾客与公司之间的惟一联络人，从某种意义上讲，业务员就是公司——顾客眼中的公司。

P7-9

媒体关注与评论

书评如何才能进行高效的自我管理？

在你直面客户时，如何做到游刃有余？

金牌业务员的最高行动准则。

一本业务员在进行销售前的必读宝典！

一个细微的改变，就可能在业绩上产生重大的结果！

如果你不能管理自我，那你绝对不能管理任何人或任何事！

本书根据数万名业务员的销售经验总结而成，它不仅是业务员入门的必备教程，也是具有一定工作经验的销售管理人员提高自身业务水平，以及作好自我管理提高业务业绩的最佳读本，值得每位业务员一读。

如果你想成为销售的强者，它将助你一臂之力。

编辑推荐

如何才能进行高效的自我管理？
在你直面客户时，如何做到游刃有余？
金牌业务员的最高行动准则。
一本业务员在进行销售前的必读宝典！
一个细微的改变，就可能在业绩上产生重大的结果！
如果你不能管理自我，那你绝对不能管理任何人或任何事！

本书根据数万名业务员的销售经验总结而成，它不仅是业务员入门的必备教程，也是具有一定工作经验的销售管理人员提高自身业务水平，以及作好自我管理提高业务业绩的最佳读本，值得每位业务员一读。

如果你想成为销售的强者，它将助你一臂之力。

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:<http://www.tushu007.com>