

<<销售圣经>>

图书基本信息

书名：<<销售圣经>>

13位ISBN编号：9787513901963

10位ISBN编号：7513901961

出版时间：2012-7

出版时间：民主与建设出版社

作者：于文博

页数：348

字数：300000

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>

<<销售圣经>>

内容概要

《销售圣经(珍藏版)》编著者于文博。

本书对汤姆·霍普金斯、博恩·崔西、理查德·丹尼、杰佛瑞·基特玛、尼尔·雷克汉姆等世界大师的销售成功经验与方法做了精辟的分析，旨在让你们对销售中的每一个环节和步骤都能全面了解、深入运用。

这将大大缩短你们与成功销售之间的距离。

<<销售圣经>>

作者简介

于文博，生命人寿副总裁，中国知名营销实战专家和培训导师，中国寿险业最具传奇色彩、最成功的人物之一，中国保险界第一位由试用营销员晋升到高级经理人的典范。

职业背景：曾任：泰康人寿广州分公司副总经理，泰康人寿高级荣誉营销总监，泰康人寿总公司营销部总经理，泰康人寿总公司银行保险事业部副总经理，北京保险行业协会、北京保险学会秘书长。

1994年结缘寿险，从零超越，七年打拼由业务代表逐级体验寿险营销全历程，并就任泰康人寿总公司营销部总经理，成为中国保险界第一位由试用营销员晋升为高级经理人的高管人员。

1997年起肩负行业使命，开始全国巡回演讲，至今已达1000余场，受益学员100万人次，被誉为“保险狂人”。

十多年的销售管理和市场管理经验，曾为数家著名企业提供过咨询及顾问辅导，受到客户的广泛推崇，他的演讲以实战性强著称，被企业誉为“营销渠道拓展与管理专家”、“销售系统专家”、“激励大师”，学员遍及中国各个行业。

其主要著作有：《每天进步1%》、《让生命微微笑》、《销售圣经》。

<<销售圣经>>

书籍目录

代序：“冠军推销员”的通行证

上篇 销售冠军的十个策略

第一章 强效应的沟通技巧

强力沟通发问的七大理由

主导沟通的六大问题

全方位倾听“商机”

培养主动倾听的技能

第二章 高效率寻找准客户

锁定、开发准客户的几个细则

开发潜在顾客的六大技巧

第三章 电话约访无障碍

接听电话的技巧

拨打电话的战术

妥善处理几个电话细节问题

第四章 第一次与客户亲密接触

认知顾客害怕购买的恐惧

改变你的销售词汇

建立亲和力的几个步骤

第五章 了解顾客需求

了解需求的关键按钮

让顾客选择的游戏规则

第一姿态推销

第六章 化劣为优的产品说明方式

好的产品说明的四大准则

好的产品介绍的三个组成因素

好的产品说明触及三个领域

专业性产品介绍的十条建议

第七章 开发高含金量的疑虑

淘汰不必要的疑虑

处理疑虑的六个步骤

“锐角”法

“历史维固”法

第八章 成交的制胜密码话术

关注成交的语言及视觉讯号

成交：从随时携带文件开始

强力成交的七道风景线

第九章 差异化服务。

让你事业长胃

乘兴追踪你的顾客

维系顾客忠诚度的三个细节

第十章 推销、就是行动次数的数字游戏

高科技礼节

如何增加附加销售的策略

超越竞争对手的杀手锏

你的收入是你所取得的经验

<<销售圣经>>

下篇 问对问题赚大钱

<<销售圣经>>

章节摘录

版权页： 客户要摆脱掉什么最难呢？

就是身体。

如果你能现身在越多的人的面前，就能增加自我介绍的次数以及更多展示我们产品的机会，并且帮助到想拥有的对象。

这就是汤姆·霍普金斯为什么相信亲自接触是最好的销售方法之一的原因。

在今天的社会，人们从事推销，接触人不一定就是最好的方法，除非你是先寄了一封介绍信去。

汤姆·霍普金斯在房地产业做得很成功，他每天都要去敲很多陌生人家里的门，他始终相信做业务的人员就应该要出去和许多人见面，他认为如果做得恰当，说话得体，不给顾客压迫感，而且懂得让他们高兴的话，你可能会遇见一些愿意了解你的产品和服务的人。

在今天，亲自拜访企业，会比亲自拜访个人更为棘手。

汤姆·霍普金斯会写介绍信，把信寄出去，告诉他们，说他是受到公司指派，要他做两个很快的问题调查。

当得到社区的回信时，汤姆·霍普金斯会先感谢他们的帮助。

很奇妙的是，寄信常带给汤姆·霍普金斯机会。

当他再去敲他们的门、出现在他们公司门口的时候，他通常会先问这个问题：“我是汤姆·霍普金斯，请问有没有收到我的介绍信？”

“先寄介绍信，因为他不愿和今天许多的人一样，没有寄介绍信就出现在许多人的门前或者公司里。

写一封介绍信，让它们知道你是被公司指派进行一个小小的调查。

你会奇妙的发现，他们非常乐意接受你的拜访，因为你不像一般人一样非常鲁莽常直接去敲人家的门。

你写了一封很好的信，把它寄出去，介绍自己，而且每次都是用这个问题做开头。

如果你已寄过信的话，拜访顾客时要先问顾客：“你收到我的信了吗？”

“你不想和这行业里的许多人一样，没有先介绍就出现在别人的面前或者公司门口吧？”

这样就能使你显得与众不同。

汤姆·霍普金斯也喜欢采用一种问卷的方式。

“我的公司派我来，很快做一个到两个问题的问卷，以便了解大家使用本公司产品或者服务的情形。

”问卷法非常有助于你得到所需的资料，也同时给你一个再一次提供咨询潜在客户的服务的机会。

特别是当你做过问卷之后，再到客户那里去叙说：“我们发现了下列情形……”各位想要成为“冠军”，各位现在即将成为未来的冠军。

我们真的需要各位开始一种习惯，用一种东西，就是我们所谓的名片。

在今天递名片的过程，几乎成了一种陈规且没有意义的一种形式。

换句话说呢，大家都会递名片。

“各位，有多少人会递名片呢？”

“冠军的任何一种做法，都是让别人看到他们的利益，而非你的利益。

我见过有的推销人员，他们这样说话：“噢，我把名片给你。

如果你知道有人要卖房子或者是买房子的话请通知我。

”就我看来，我不觉得保留你的名片对我来说会有多大的价值。

谁是名片主要的受益者呢？

当然是你，因为我介绍生意给你。

<<销售圣经>>

编辑推荐

《销售圣经(珍藏版)》由民主与建设出版社出版。

<<销售圣经>>

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>