

<<公文包要放在手帕上>>

图书基本信息

书名：<<公文包要放在手帕上>>

13位ISBN编号：9787560980362

10位ISBN编号：7560980368

出版时间：2012-8

出版时间：川田修 (KAWADA OSAMU)、 窦必翠 华中科技大学出版社 (2012-08出版)

作者：川田修

页数：188

译者：窦必翠

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>

<<公文包要放在手帕上>>

前言

我既不看报,也不读书。

记事本也很薄也很杂乱。

这样的我为何能成为顶尖销售员。

提到工作出色的人所读的书,大家会想到什么呢?

《记事本自我管理法》、《每天早上列出TODO清单》或者是《给每天认识的人写明信片》之类的书。

老实说,您不觉得连自己都会怀疑:这些我真的能做到吗?

我认为全心全意地做一件事是非常了不起的。

很遗憾,我做不到。

可即便如此,我仍是保德信人寿保险公司史上花最短时间成为最优秀的高级保险策划经理的人,并成为全国大约2000名顶尖销售员中的一员而受到表彰。

即使是怕麻烦的我,也成为了顶尖销售员。

实际上,一般所说的“最优秀的销售员必做的几件事”,其实是没有什么必要的。

例如,其中一项就是看报和读书。

如果进行得很愉快,倒还好。

可除此之外,还有其他更重要的事。

但是很多人,往往没看到真正重要的事。

比起收集信息或理论学习,还有更加重要的事。

“请您谈一下推销的诀窍”最近几年,我接到了很多“销售学习会”的邀请。

接下来我会慢慢地将我在学习会上所讲的内容写下来。

在我讲完之后,一般都会有提问时间,每次都会有人问到下述问题。

“您平常都读什么书呢?”

“您都看些什么报纸看几种呢?”“您用什么记事本来管理日程呢?”

“每到此时,我都会惭愧默想:“如何回答好呢,如果照实回答的话,今天的学习会就会丧失可信性了吧……”比起报纸,还不如看好的电影呢?

即日起就能用到工作中的诀窍。

甚感惶恐,坦白地说,我每年大概只看3本书。

不是一个月,而是一年。

而这3本书都不是商业类书。

我家订的报纸是朝日新闻。

但是,主要是曾经干过销售员,现在已经是两个孩子母亲的我的太太在看。

我只是节目预告栏的忠实读者。

最近电视上能看到节目预告表了,所以我都没有再碰过报纸。

我的信息基本都是通过电视获取的。

早晨我一般会看TBS的《朝闻巴士》、富士电视台的《特别报道》、晚上看朝日电视台的《新闻记者站》或东京电视台的《环球财经眼》。

但是,我并非盲目听信评论员或解说员的评论或解说,而是故意抱着怀疑的态度观看。

我认为要从事销售工作的话,比起看报或读书,看好的电影或连续剧反而更有用。

我用的是极其常用的、薄的、手写型记事本。

有时甚至连自己写的字都认不出来,而向旁边的人确认:您觉得这里写的是什么呢?

我用的手机也并非像iPhone那样拥有E-mail、日程管理等众多功能,只是较轻便的极其普通的手机。

我既不看报也不读书,用的记事本也非常的简单。

而且还只知道看电视。

可能有很多人都会觉得:这家伙,简直没救了。

<<公文包要放在手帕上>>

另一方面，可能也有一些人会觉得：这样的家伙，到底是怎样成为外资人寿保险公司的顶尖销售员的呢？

而对我有点儿兴趣吧。

我现在在外资保险公司做销售。

之前在其他行业干的也是销售，也是顶尖销售员。

在保德信人寿保险公司，每年都会授予年度业绩最好销售员“总裁奖”，即俗称的“PT”，约2000名销售员中业绩最好的才能获得这一奖项。

我是在入职后第5年，获得了这一奖项。

然而……我只是一个看起来普普通通（经常被人说：你看起来一点儿外资企业的范儿都没有）、既不看报也不读书的、连记事本和手机都不怎么会用的人。

这样的人怎么会是顶尖销售员呢？

为了回答大家的疑问，给大家提供方便实用的秘诀，现初次将我所有的销售秘诀编写成一本书。

将我至今为止作为销售员的认知，以及是如何将其在实际的商务现场活用起来的，尽可能详细具体地写下来。

而且书的内容并非一味都是成功的经验谈，还包括取得成功前的失败经历以及在销售工作中谁都会碰到的烦恼及克服法，这些都将毫无保留地教授给大家。

这些并非内容难以做到，谁都可以从明天，甚至从今天开始模仿。

我想将“这样就能让客户觉得‘胜人一筹’，最终赢得其信赖，从而成为顶尖销售员”的“一点”秘诀传授给大家。

在读完本书后，我相信大家能了解“销售”这一工作的奥秘、乐趣，并感受到与人交往的喜悦。

希望此书能成为大家工作上和生活上的伙伴。

<<公文包要放在手帕上>>

内容概要

《公文包要放在手帕上》的作者前职是顶级销售，现在仍是外资生命保险的顶级销售员的著者，初次公开马上可以上手的“出类拔萃”的方法、通过工作另自己成长的方法。通过用具体的专业知识摆脱不安与苦恼，与客户的互动，一些小细节的注意，顶级销售的思考方式和做事方式，作者将销售经验毫无保留地传授给读者。

<<公文包要放在手帕上>>

作者简介

作者：（日本）川田修(KAWADA OSAMU) 译者：窦必翠川田修（KAWADA OSAMU），保德信人寿保险株式会社，高级保险策划经理。

1966年生于日本东京墨田区。

先后毕业于庆应义塾志木高等学校和庆应义塾大学法学部。

1989年进入瑞可利株式会社工作。

从进入公司到离职前的96个月中，有95个月都完成了月度目标，曾多次获得部门内最优秀销售员表彰，以及全公司年度最优秀销售员表彰。

1997年，就职于保德信人寿保险株式会社，并被提升为顶尖销售——高级保险策划经理。

凭借当年的年度销售业绩（2001年度董事长杯）排名第一，作为全国约2000名的销售员中的第一名而获得了PT（President's Trophy）。

现在，在从事高级保险策划的同时，每年还会接到一些企业提出的以“保险”以及“顾客满意度”、“介绍入门”、“接电话的学问”等为题的演讲邀请，作为销售专家参与了各种丰富多彩的活动。

其家庭成员有妻子、长女、长男、小狗（杰克罗素梗）2只。

<<公文包要放在手帕上>>

书籍目录

第1章做与竞争对手不一样的事 穿鞋而入的销售员 我们不是“客户”用鞋拔子抓住客户的心 首先，思考一下“普通的销售员会怎么做”即便只迟到两分钟，也一定要先打电话“夸张”的鞠躬才是最有力的武器 穿西装是为了工作，还是约会？

手表均为黑色皮表带、银边及白色表面 谁才是你的竞争对手？

邮票所承载的30年之重 销售员到底是何方神圣？

只有客户才会坐着等 咖啡棒糖的纸袋去哪了？

通过名片的“背面”来拉近距离 级别10和级别11的销售员——1级之差，天壤之别 快速反应前需要做的事情 谁是留言电话服务中心的人？

取消预约的电话才受欢迎 用手机发送邮件时的注意事项 在高尔夫球场不说“好球” 在高尔夫球场上的无微不至的点子 第2章能发觉“微小差异”非常重要 技巧始于模仿 模仿后的巨大改变 客户买商品也买空气 公司内也不将白衬衫袖子挽起的真正原因 第3章销售员是弱者——承认自身弱点 真心写下“梦想”，就能前进一步 为了埋头工作与家人分居 预约，特意借助来自家庭的压力 不与痛苦针锋相对，而是并肩而行 心底所盼为何“乐”？

家再近，也绝不直接回家 与其过于自尊，不如舍弃自尊 第4章我是新人，在销售现场从头学起 新人时期才有的武器 重新来过不在“后天”，而在“明天” 慢慢融化客户的心 在保德信人寿的面试中被指出“你有缺点” 将上份工作的成功体验全部忘却，重新做起 单身女性传授的人寿保险价值 争冠中迷失自我 最初的目的可以是“出人头地”或“金钱” 第5章所谓销售，就是与客户一同创作故事的一项工作 销售手册的真正意义 销售员与客户的想法竟如此不同 初次赴约空手而去 客户“真正的兴趣”何在？

不在对方认真时说恭维话 该说的时候，无所畏惧地坦陈自己的意见 暴雪中的一言 书所传达的并非只有其内容，还能传达心情 用书传递自己的人生观 为了自己而非孩子进行的参观教学 最珍贵的为何物 一辈子的“手艺”——销售 销售工作真正的魅力何在 结束语

<<公文包要放在手帕上>>

章节摘录

版权页： 模仿后的巨大改变 我原本的出发点是很肤浅的，憧憬着做帅气成熟的销售员，并且仅仅想着一点——“如何能给客人留下与众不同的印象”。

然而，虽然是如此盘算着开始的，结果却并没有就此结束。

到后来，正因为是销售员，才有需要艰苦努力才能达到的目标。

在保德信人寿保险能经常听到这样的话，是我最喜欢的话：“如果思想改变，行为就会改变；如果行为改变，习惯就会改变；如果习惯改变，性格就会改变；如果性格改变，人格就会改变；如果人格改变，人生就会改变。

”我竟然真的“改变”了。

原本只是从模仿开始的各种行为，却已经不再是技巧，“尊敬对方”之心已经在我的心中生根、发芽，体现于言谈举止中。

原出发点可能仅仅是，作为销售员，为了提高业绩，我觉得这样做有助于抓住客户的心而已。

然而，结果却是客户对之欣然接受，而更重要的是，我自己那样做后也感到非常愉悦。

无论是对对方，还是对自己来说，能使人心情愉悦的事都是相通的。

我意识到这不仅仅局限于客户与销售员之间的关系，只有这样做，才能与我们身边的人相处得更好。

虽然我现在能够做到的，真的是些非常小的事。

比如工作到很晚，深夜打车回家时，到家后付完钱下车时，不要默默无语地离开，而是道一声“工作请当心啊”。

虽然作为销售员的我们仅在此时是客户，但与此无关，应很自然地去慰问出租车的司机。

面对餐厅的服务生时也是一样，在他们为我们端来茶水和湿毛巾时，能用很清晰的声音说“谢谢”。

即使在自己家中，对妻子和孩子开口说“谢谢”的次数也更多了。

也许会有人嘲笑道：“什么啊？”

就这么点小事。

”然而事实却是如此。

很惭愧，我曾经是连这些都无法做到的一个人。

可是自从能够做到之后，我由衷地感到高兴。

我想把这些好好地传承给我的孩子们和下一代人。

每件事都非常渺小，也许不值一提。

然而，不仅是作为销售员，而是作为一个人，如果社会上所有人都能变得自然而然地尊重对方，您不觉得那会是一个很好的社会吗？

如果您的目标是成为一个好销售员。

秀B您就会成为一个好人。

再没有比这更绝妙的事了。

<<公文包要放在手帕上>>

编辑推荐

《公文包要放在手帕上》编辑推荐：作者是顶级销售，总结了很多实用的经验，与读者分析。在日本印刷15次，总销售量达68000本。

你可以不出国旅游，你可以不去高加索山滑雪，但你不可以不知道中国的邻邦、世界上领土面积最大的国家——俄罗斯的历史。

<<公文包要放在手帕上>>

名人推荐

多做“一点”帮你成为顶尖销售——读《公文包要放在手帕上》《公文包要放在手帕上》是一本专为销售人员写的好书。

本书的作者川田修是一位非常有经验而且非常优秀的顶尖销售人员。

他进入瑞可利株式会社后，多次获得部门内最优秀销售员表彰，以及全公司年度最优秀销售员表彰。

1997年，他进入保德信人寿保险株式会社，并被提升为顶尖销售——高级保险策划经理。

凭借当年的年度销售业绩（2001年度董事长杯）排名第一，作为全国约2000名的销售员中的第一名而获得了PT（President's Trophy）。

其实销售是一种需要去练习的技能，目前市面上很多销售类的书，不过是在一定程度上激励了销售人员并给到一些常常不管用的经验方法。

没人可以完整地教某个人学会销售，也没有一个销售人员的销售方法是一样的，所以，很多的销售的书籍都会陷入这样的一种泥泞，看的时候觉得不错，想要真的使用一下里面的方法，就会发现有些东西脱离实际很多。

也许这就是所谓理论和实际的不同。

而《公文包要放在手帕上》一书不同，作者首先是顶尖销售人员，其次他并非在传授一些深奥的销售理论或是没有实际操作意义的销售方法，他就像聊家常一样，将他的故事、他的经验娓娓道来。

他将其二十年的销售经验总结，以及如何将其在实际的商务现场活用起来的，都尽可能详细具体地写下来。

而且书的内容并非一味都是成功的经验谈，还包括取得成功前的失败经历以及在销售工作中谁都会碰到的烦恼及克服法。

他将这些都毫无保留地教授给大家。

这些经验技巧都不是难以做到的，而是谁都可以从明天，甚至从今天开始模仿。

在愉快的阅读中，作者将“这样就能让客户觉得‘胜人一筹’，最终赢得其信赖，从而成为顶尖销售员”的“一点”秘诀传授给读者。

做销售，拼的不仅是吃苦、坚持、更要讲究策略。

那么多人做销售，怎样才能让自己从中脱颖而出呢？

多比别人注意那么“一点”、多做那么“一点”，就能让你与众不同了。

比如说，书中提到进客户家中时，要将随身携带的公文包放在自己随身携带的手帕之上，因为你的公文包伴随着你走过了无数地方，车站、饭店，甚至厕所，它基本就像你的鞋底一样脏，如果直接放在客户家干净的地板，或桌子上，客户会怎么想？

而如果你从包里拿出一块洁白的手帕，展开铺在地板上，再放上自己的公文包，一定会让客户对你刮目相看——这个销售员不一般。

这个细节，相信此前你没有想到吧？

此外，本书还提到了要通过名片的“背面”来拉近距离、要注意着装、饰物等技巧来打造自己的个人品牌。

这些还得到书中去体会。

读完这本书后，相信大家能了解“销售”这一工作的奥秘、乐趣，能自我提升，并感受到与人交往的愉悦。

<<公文包要放在手帕上>>

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>