

《做单》

图书基本信息

书名：《做单》

13位ISBN编号：9787510410086

10位ISBN编号：7510410088

出版时间：2010-6

出版社：曹荣 新世界出版社 (2010-06出版)

作者：曹荣

页数：277

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.tushu111.com

《做单》

前言

销售任务就像一座大山，压在每一位业务员的头上。无论您是一名业务新手，还是一名业务高手，都可能为无法获得更多的订单而发愁。销售成功的标志是什么？就是拿到订单，卖出产品。在8000万业务员队伍中，为什么有的业务员能把小单做成大单，死单做成活单？为什么有的业务员却把活单做成死单，大单做成小单？不以过程说艰辛，取得业绩就是一切；只凭成败论英雄，赢得订单才是王道。

《做单：成交前的谋略与智慧》比《赢单》、《成交》更真实，市场调研、渠道开拓、客户沟通、商务谈判、订单争取……真人真事，以故事形式演绎；比《破冰》、《输赢》更实用，销售智慧、营销策略、做单法则、职场成长……实战演练，以精彩案例表达。这是一本从打开第一页就让您不能放下的实用销售教程，一部业务员真实的成长血泪史，一部指导性极强的销售兵法和职场发展指南。本书没有空洞无物的理论阐释，有的只是实用有效的销售技巧，孤注一掷的催款回款，一波三折的订单争夺，手法迥异的做单方式，扣人心弦的抢单过程……

《做单》

内容概要

《做单:成交前的谋略与智慧》内容简介：做单的成败，就在一线之间。做单，你必须学会抓住每一个细节，把握好每一个环节。销售成功的标志是什么？就是拿到订单，卖出产品。为什么有的业务员能把小单做成大单，死单做成活单？为什么有的业务员却把活单做成了死单，大单做成了小单？不以过程说艰辛，取得业绩就是一切；只凭成败论英雄，赢得订单才是王道。

《做单》

作者简介

曹荣，中国人民大学经济学硕士，管理学者，励志专家。曾在多家行业标杆和隐形冠军企业任高层管理者，著述甚丰，包括《地产枭雄许家印：中国大陆新首富的财富传奇与商业智慧》《房地产那些事儿》《狼族智慧》等畅销书。

第一章 做单就是做人：人做得好，单才能赢做单之前先要学会做人，因为做单就是做人，人做得好，单才能赢。作为一名业务员，你不仅要厚道，要诚信，要有爱心，更要积极维护公司的利益，改掉口无遮拦的毛病，不抢上司的风头，保持自己的尊严。同时，做单不仅仅是做业务，也是做关系，所以你要先交朋友，再做业务。做单之前先要学会做人做人要厚道，要诚信真诚比销售技巧更重要爱心无敌做个热心、主动的人积极维护公司的利益改掉口无遮拦的毛病不抢上司的风头保持自己的尊严做单不仅仅是做业务，也是做关系先交朋友，再做业务第二章 做最好的自己：可以平凡，不能平庸欲销产品，先塑造自己；可以平凡，不能平庸。要想成功拿下订单，业务员不仅要心态好，信心足，工作用心，放低姿态，敬业，沉得住气，而且要具备积极乐观的精神和良好的职业道德，激情满怀，简单务实，注意细节。欲销产品，先塑自己可以平凡，不能平庸心态好，信心足，工作用心放低姿态敬业是销售员最基本的素质沉住气才能成大器积极乐观。遵守职业道德激情满怀地工作做业务一定要简单务实细节决定成败第三章 勇往直前：选对目标做对事女怕嫁错郎，男怕入错行，业务员在选择好企业和产品之后，不仅要树立明确的目标，挺过头半年，不断地努力，坚定执着地往前走，而且要把钱花在刀刃上，活出自己的个哇，让同事甚至对手畏惧自己。而作为女业务员，你还要掌握一些保护自己的应酬技巧。女怕嫁错郎，男怕入错行有目标就一定能实现挺过头半年销售是从被拒绝开始的做单的诀窍就是不断地努力坚持就是胜利只有执着，才能成功把钱花在刀刃上活着就要有自己的个性让你的同事甚至对手畏惧你掌握一些保护自己的应酬技巧第四章 强化内功：造就赢单基本功想要成功赢单，业务员首先要练好内功。业务员不仅要学会如何寻找目标客户，而且要学会如何选择门当户对的客户；不仅要了解客户的基本信息，而且要善于倾听，勤于拜访，以获得客户的认可；不仅要投其所好地与客户沟通，掌握娴熟的谈判技巧，而且要正确地处理客户抱怨；不仅要胆大心细，而且要脸皮厚；不仅要少用专业术语，多说“对不起”，而且要以良好的服务态度和形象面对客户，懂得如何送礼。如何寻找目标客户?选择门当户对的客户了解客户的基本信息善于倾听，勤于拜访客户拜访五步法获得客户的认可沟通最重要的是投其所好掌握娴熟的谈判技巧如何正确地处理客户抱怨?胆大心细之外，还得脸皮厚少用专业术语多说“对不起”送礼的学问一名明星汽车业务员的成功秘诀第五章 思路决定出路：快速赢单的黄金法则思路决定出路，要想快速赢单，业务员不仅要勤于思考，而且要学会换位思考；不仅要懂得“与客户共成长”的道理，而且要明白“卖产品不如卖概念，卖文化”；不仅要主动出击，充分表达自己的合作诚意，而且要用情感去感动客户，为客户提供好拘建议；不仅可以利用人脉关系达成交易，而且可以给客户寄送问候函和明信片或者写一封情真意切的信；不仅要学会如何把小单做成大单，而且要学会如何曲线救国，挖掘逆向商机，动摇竞争对手的信心。不仅要勤奋，而且要思考快速赢单的3条黄金法则学会换位思考与客户共成长卖产品不如卖概念。卖文化最好的方法就是主动出击充分表达自己的合作诚意用情感去感动客户为客户提供好的建议为客户提供一份市场推广方案利用人脉关系达成交易给客户寄送问候函和明信片给自己的目标客户写一封情真意切的信把小单做成大单曲线救国挖掘逆向商机动摇竞争对手的信心第六章 百战成精：成功做单的实战技巧市场是业务员的第一战场，百战才能成精。业务员要想拿到更多更大的订单，不仅要通过缜密的市场调研选对经销商，而且要赢得他们的信赖，引导和迎合他们的需求；不仅要把握销售过程中的关键控制点及每个细节，而且要通过体验式销售快速突破终端，运用各种促销手段创造销售高潮。办法总比问题多，在维护和管理市场时，业务员不仅要稳战求实，打赢市场攻坚战，而且要多给客户一些政策支持。如果客户存在诸多“恶行”，业务员不妨运用瞒天过海、触类旁通等策略予以化解，力争在沟通与交流中实现双赢。当然，业务员还得及时回收应收账款，敢于抢夺竞争对手的订单。市场是业务员的第一战场选对经销商缜密的市场调研是成功做单的基础赢得客户信赖，成就保险团单善于引导和迎合客户需求把握关键控制点及每个细节体验式销售，8天拿下订单全速前进，快速突破终端优惠券促销显神威。淡季销售创奇迹市场管理，办法总比问题多稳战求实，打赢市场攻坚战多给客户一些政策支持……第七章 销售话术：嘴巴就是生产力第八章 斗智斗勇：轻松搞定大客户

章节摘录

几乎每一个大城市里都会有几条满眼都是电脑广告的道路，杭州的电脑市场就主要集中在文三街、教工路及学院路这3条街道上。百老汇电脑市场位于文三路，杭州的很多电脑业务员都是从这里初涉江湖的，其中也包括任职于A公司的刘先生。刘先生专门销售笔记本电脑，他的任务是每个月60台，也就是每个星期15台。A公司规定，每月销售60台以下扣200元，销售50台以下扣400元，销售40台以下扣600元，依此类推；每月销售60台，底薪2000元；达到70台，底薪2500元，依此类推。笔记本电脑的销售主要集中于周六和周日，因为周一到周五是正常上班时间，没有人会在上班时间抽空出来随便看看就掏钱购买，因为笔记本电脑毕竟不是笔记本。因此，虽然A公司规定每周员工可以休息一天，但是在任务的高压以及周六和周日才是销售高峰期的特殊情况下，刘先生几乎每天都会呆在百老汇市场里。有一天上午，刘先生正在为如何完成月销售任务而发愁。突然，一位先生引起了刘先生的注意，他慢慢地在一家家店铺中转来转去，但每一家店铺都不做过多的停留，只是简短地询问几句后在笔记本上记录下来。当他走进刘先生所在的店铺时，刘先生隔了10米就开始打招呼：“欢迎光临A公司笔记本电脑专卖店，您贵姓？您需要什么型号的笔记本电脑？”真是人未到，声先到啊！原来A公司有一条不成文的规矩，第一个接触客户的业务员，就是这个客户的直接负责人。“我姓张。咦！你这里也是A公司的专卖店啊？”这位先生说完转身就要走。

《做单》

编辑推荐

《做单:成交前的谋略与智慧》：全球105位最顶级经理人讲述做单背后的秘密。诠释成交前的谋略与智慧。成功之前，你必须学学塑造自己，你可以平凡，但你不能平庸。思路决定出路，要想快速成交，你不仅要勤于思考，更要学会在思考中把握好每一个细节，在细节中把握每一个机会更重要的是，你必须止自己在市场人熔炉中不断地发展和升华，只有百战之后你才能成精。

《做单》

精彩短评

- 1、单独的小个案例分析，很多案例的分析都过于片面。某些分析点合理应用还是有所收获
- 2、垃圾中的垃圾。看了半个小时就丢一边了。根本没有深入去讲解、分析，仅仅是一些简单销售故事的肤浅堆砌。这样的书，谁都能从网上找到素材，COPY出一本来。
- 3、做单这本书，就是教人做局。从内容来说，就是MBI的组织架构介绍，以及某一起投标方案的过程展示。主人公是现代韦小宝，明显不符合常理。高大全的文革人物描述方法又再出现。投标做局的过程，似乎是惊心动魄，但实则又是虎头蛇尾。评价为75分。... [阅读更多](#)
- 4、书的印刷不怎么样，好多页都是连在一起的，还要我去割出来，故事也很一般，看完不知道它要讲的是什么，后面的总结也不怎么样，基本上就是从书里摘几句出来做总结的
- 5、书中通过小说的形式展示了大公司SALES的做事流程及细节，带有趣味性和可阅读性，非大谈阔论。
- 6、情节尽凑，让人不忍释手
- 7、封面做得跟五洲传播出版社出版胡震生著的《做单》一模一样，这种行为太恶劣些了吧！！
- 8、专业性很强，很多小的故事事例有代表性

《做单》

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.tushu111.com