

# 《讲故事，说出销售力》

## 图书基本信息

书名：《讲故事，说出销售力》

13位ISBN编号：9787504488321

出版时间：2015-8-1

作者：房铭

页数：224

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](http://www.tushu111.com)

# 《讲故事，说出销售力》

## 内容概要

对销售学知识和技巧的熟练掌握，对于销售代表来说无疑是非常重要的。然而没有销售学知识作为根基的销售，只能在界内被视为投机。当然一次成功的推销也并非偶然发生的事情。俗话说：成功是留给有准备的人，成功的过程更需要我们精心准备，而这最后的成功是衡量一个销售代表销售学知识运用的结果。推销完全是常识的运用，只有将这些在实践中所证实的技巧和观念运用在销售上，才能得到意想不到的结果。

本书从实战需求出发，先举出经典的案例，然后阐述销售素养、口才、宣传、拜访、做渠道、推销技巧、服务客户、回款和客户管理等销售过程中的作用和技巧，让阅读本书的人获得超强的销售能力。希望读者朋友记住全美成功协会主席保罗·迈耶所讲的这句话：“遵循书中原则行事的人，不可能遭遇失败；无视这些原则的人，也不可能成就大业。”

## 书籍目录

约瑟夫的保险大单：好态度是销售的关键  
销售员李能的选择：要把顾客当作上帝  
郭先生的手机：拥有博爱之心才是好销售  
35个紧急电话：真诚是推销的金钥匙  
克洛里的智慧：保持谦虚的服务态度做销售  
索尼公司的要求：销售需要熟练的专业技能  
小天鹅的承诺：运用正确的销售礼仪  
第02章 接待客户：让每一个客户满意而归  
苏州蓝天大酒店：接待客户前要准备好  
苏宁电器的家电销售：预知客户的需求  
最优秀的业务：能制定有效工作目标  
华尔街的快餐饮食店：满足客户的期望值  
沃尔玛邀你去喝茶：迅速适应客户要求  
普罗默斯公司的规定：懂得平息客户的不满  
美女业务员：巧妙的应对不良客户  
第03章 拜访客户：快速抓住你的新客户  
销售员刘辉的一次拜访：用漂亮开场吸引客户  
拜见乔治先生：拉近与新客户心理距离  
破仑·希尔的经历：靠热情去征服新客户  
一个销售的第13次拜访：用执着去打动新客户  
理查德搞定大银行：拿出自己的核心竞争力  
优秀的S员工：用积极主动去赢得客户的认同  
资深销售专家说：不要怕客户拒绝你  
第04章 推销口才：好销售要有一副好口才  
年轻的妈妈买保险：运用语言的技巧  
一声不吭的推销员：少说多听，沉默是金  
一句话促成的生意：煽动性语言产生的奇效  
小王说“不”的技巧：学会拒绝你的客户  
网络咨询公司：有效使用提问技巧  
一个成功的电话营销：规范电话服务用语  
给客户打个电话：控制流程还要把握技巧  
伯恩斯坦的谈判策略：谈判的赢者有道  
第05章 产品宣传：不怕卖不掉，就怕不知道  
王府井大街的洗衣机：产品展示，实证说服  
被医生拒绝的老销售：最具说服力的是可靠质量  
多个盒子就好卖：运用新颖的包装扮“靓”商品  
吉列公司的“荒唐”的举动：具体地介绍新产品的特点  
摩托罗拉手机广告：产品好广告策划也要好  
《化妆舞会》的首发式：巧妙制造悬念  
王小石的面馆：让顾客看见就是最好的广告  
日本SB公司：找到激起顾客强烈反应的焦点  
第06章 了解顾客：销售要懂的顾客心理学  
大卫的名牌战术：懂得男顾客都爱面子  
戴卫的高帽子：给予对方荣誉感以赢得交易  
明星也穿这衣服：人人都有从众心理  
日本的自行车销售：抓住顾客恋旧心理  
买貂皮大衣的女人：顾客都有占便宜的心理

超市的推销员：让价廉软化客户的心

酒店的不速之客：给对方一顶高帽子

第07章 推销技巧：这样去卖才会有人来买

推销化妆品的玛丽：用赞美来赢得女人的购买欲

售出18栋尾房：抓住关键的时间和场合

教授的好主意：逆向推销更能吸引顾客

卖房子的房产商：私交增进信任度

75

“芬克斯”酒吧：靠信誉赢得客户

77

拉姆的艰巨的推销：家丑不妨外扬一下

约翰逊的推销术：用小礼物赢得对方好感

第08章 渠道为王：最强的销售就是做渠道

脑白金和蒙牛：一定要创造“渠道霸权”

业务发展总监范登堡：采用直复营销

惠普公司的成功：运用经销制分销渠道

gatendy成功进入中国：给自己选择一个好代理

戴尔的“变脸”：零售不是“落后”销售方式

麦当劳的经营模式：采用加盟连锁的方式做大

基恩爱公司的“夕阳美”：直接营销能审入市场

第09章 市场竞争：销售是场攻城略地的战斗

老牌纺织服装企业：找到入口切入市场

雅马哈摩托车公司：选择正确的营销策略

获得优势的华为：确定自己的对手是谁

“吉列”剃须刀：好的防御是最好的扩张

欧莱雅亚洲区总裁：只有进攻才能占领市场

方太厨具：市场追随甘当老二

九阳的小家电：找到市场的空白点

9.9元“新飘柔”：价格市场竞争的“工具”

戴尔和索尼的合作：和竞争者双赢

第10章 解决问题：决不把问题留给了客户

特种化工企业：把握客户需求安排工作

EMC鲁特格斯：提出适当解决方案

晚点的西南航空公司：巧妙获取服务主动

小熊的销售经验：与各部门积极配合

老两口买房子：服务客户，满意为上

菲律宾的饭店：高效地处理投诉

第11章 保证回款：一分不少地拿回你的钱

张先生的回款术：找到原因回款就不难

经销商在耍赖：应对呆赖，清除障碍

食品公司的三大措施：把握自身做好回款

冰箱销售代表的改变：拉近关系好回款

第12章 客户管理：和客户关系越好，销售越给力

IBM客户服务中心：对客户的追踪调查

源祥商贸有限公司：建立客户回访机制

微软的客户服务体系：有一个完善服务的反馈系统

吉拉德的顾客档案：赢得回头客的技巧

中国建设银行：对大客户的特殊服务

没有结束的销售：售后跟进，客户持久

# 《讲故事，说出销售力》

奇瑞公司的服务：对客户服务品牌化

# 《讲故事，说出销售力》

## 精彩短评

1、书中的每个真实案例都值得借鉴，销售无形似有形，产品不同销售的方法不同，但是最终的目的都是一样的，就是完成交易，让客户满意。非常喜欢的一本书籍，学习销售中的宝典！

# 《讲故事，说出销售力》

## 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:[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)