

# 《行动的最高智慧》

## 图书基本信息

书名：《行动的最高智慧》

13位ISBN编号：9787801452238

10位ISBN编号：7801452232

出版时间：2000-01

出版社：光明日报出版社

作者：陈玲

页数：360

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)

# 《行动的最高智慧》

## 内容概要

本书并不着眼于销售理论的阐述，也不执意于销售经验的聚集。它是以理论为基石，以案例、故事和对话为方法，力图引导、激发读者自己走出困境，走上销售难题的解决之道。

# 《行动的最高智慧》

## 作者简介

1982年毕业于北京外国语学院英语系。

1982年8月到新华社对外部中央新闻采编室担任英文记者。

1988年10月考取英国露透基金会奖学金，作为新闻研究员，赴英国牛津大学留学。1990年获伦敦经济学院（LSE）奖学金，入LSE经济学部。获硕士学位。

1991年开始写作。出版长篇报告文学《中国留学大潮》、散文随笔集《临界线上的徘徊》、译著《复杂》。

1994年回国参与创建一家GIS公司。

1996年加入国际最大的培训咨询公司之一，瑞典麦占利国际，成为中国最早的一批培训顾问。

1998年退出麦占利国际，成为多家培训公司的客座培训顾问。现为嘉聿锋商务咨询有限公司高级商务顾问。授课领域主要在销售、管理和客户服务，主要授课客户为国际公司和国内大公司，包括：ABB、施耐德、西门子、诺基亚、雀巢、惠普、微软、康柏、联想、北大方正、埃索石油、香格里拉酒店集团、辉瑞制药、敦豪快运。

## 书籍目录

### 第一章双赢，商场上的利益法则

1. 当你把击败对方当作目标时，你便输了
2. 别错把公平当双赢
3. 你冲着对方说“我赢了”，你就又输了
4. 想赢就请把脚穿进客户的鞋子里
5. 只靠善良解不了难题
6. 把你的主张“销售”给代理商
7. 利用提问解答归谬但别忘了留面子
8. 把难题变成问题然后解答它们
9. 吃下食物吐出诱饵
10. 没张口就被噎还是话多得出了局

### 第二章让客户接受自己

11. 你无法阻止对方防守那就请练攻球
12. 没有绝招只有概率
13. 细节就是一切
14. 出发点没错但我们要的是结果
15. “包装”不当断送定单
16. 幽默比讨好高明得多
17. 别用愚蠢的话题把自己堵进死胡同
18. 无论如何用守时证明信誉
19. 只能被投缘的顾客接受算什么本事
20. 能适应不同性格的客户你就专业了
21. 控制拜访的奥秘

### 第三章了解你的客户

22. 每一位顾客都是一座冰山
23. 沟通的最大障碍是你自己
24. 将自己的平台与客户相连
25. 提问的妙用
26. 你早应知道该问什么

27. 用提问代替告知
28. 争执还是合作全在你说话
29. 仅靠交谈是不够的

30. 洗耳恭听还是巧舌如簧
31. 一张大班台便可让你矮三分

### 第四章影响你的客户

32. 我寻找的是服务不是低价
33. 我说了半天原来是对牛弹琴
34. 做客户的顾问而不是产品解说员
35. 2元钱的咖啡为什么有人愿付80元
36. 让甲接受也使乙认同
37. 购买决策天平上的砝码
38. 总有一天请客吃饭不再灵验
39. 说实话还是说合适的真话
40. 这是红灯，你闯不过去
41. 改“请给我机会”为“希望带给你价值”
42. 当他人的错误把你变成“孙子”的时候
43. 是你让有钱的客户惊呼“这么贵！”

## 《行动的最高智慧》

- 44.以“私交”为矛，以“公事公办”为盾
- 45.用利害分析法帮助客户下决心
- 第五章销售计划与策划
- 46.寻找你的MAN
- 47.假如你的指标是100万
- 48.销售预测
- 49.水管堵塞症辩证
- 50.目标当然重要，但怎样迈出第一步呢？
- 51.别让煮熟的鸭子飞了
- 52.你卖的是优势，不是产品
- 53.80%的定单来自20%的客户

# 《行动的最高智慧》

## 章节摘录

只靠善良解不了难题 能够把所销售的产品这只脚穿到客户需求这只鞋子里走路是最理想的。但有时候的情况是，销售员所推销的，并不一定是客户所想要的，甚至客户买后可能会损害到自己的利益。作为推销员，这时候该怎样把产品这只脚穿进客户需求这只鞋里呢？“如果我认为按照客户的需求，他买我们的产品不一定合适，我会为了客户的利益建议他还是不买为好。因为我觉得做销售也是做人，我这样做才会赢得客户的信任，将来他有需要时就会想到我。退一步说，就算他没有买我的东西，但是生意没成情意还在嘛。”一位销售人员这样说。“我不同意这种做法。销售就是要把商品卖出去，如果只是交朋友、谈情谊，那是社交，不是销售。再说，我们的商品是否对客户最合适，客户自己会考虑。我们销售人员怎么能自己就轻易放弃成交的机会呢？”另一位销售人员的看法截然不同。在销售培训课上，往往谈理论大家比较容易观点一致，什么销售就是要满足客户的需求啦、只有诚心为客户着想才有生意做啦等等。这种道理，没有多少人会不同意。但在实际销售中，一旦销售人员所销售的东西与客户的真正需求发生矛盾，大家一致同意的销售观点就好像解决不了实际问题了。销售人员很快就会分成几派不同意见，彼此争论不休，谁也说服不了谁。“在这个问题上没有无往而不胜的正确答案。”当大家把问题推到我这里，我很令人失望地这么告诉大家。“因为在销售中所碰到的情况是千变万化的。成功销售的原则可以很简单、很明确：必须从客户的需求出发，来推销自己的产品。”

# 《行动的最高智慧》

## 媒体关注与评论

书评这本书并不着眼于销售理论的阐述，也不执意于销售经验的聚集。它是以理论为基石，以案例、故事和对话为方法，力图引导。激发读者自己走出困境，走上销售难题的解决之道。在激烈的商场竞争中，一个公司的商业绩效基本上可以这样来表示： $\text{商业成功} = \text{正确的营销战略} + \text{员工有效的行动}$ 。营销战略就好比战场上指挥官下达的进攻方向和战略部署。如果方向和部署错了，部下再怎么努力也无法达到胜利的目标。甚至部下越努力，就会往错误的方向奔得越远。这样的失败案例，我们在当今的商战中已经看到很多了。但我们看到更多的是：公司部署的方向和战略步骤并没有错，甚至我们的员工也并非不努力，但却仍然达不到预期的目标。

# 《行动的最高智慧》

## 编辑推荐

《行动的最高智慧》这本书并不着眼于销售理论的阐述，也不执意于销售经验的聚集。它是以理论为基石，以案例、故事和对话为方法，力图引导。激发读者自己走出困境，走上销售难题的解决之道。在激烈的商场竞争中，一个公司的商业绩效基本上可以这样来表示： $\text{商业成功} = \text{正确的营销战略} + \text{员工有效的行动}$ 。营销战略就好比战场上指挥官下达的进攻方向和战略部署。如果方向和部署错了，部下再怎么努力也无法达到胜利的目标。甚至部下越努力，就会往错误的方向奔得越远。这样的失败案例，我们在当今的商战中已经看到很多了。但我们看到更多的是：公司部署的方向和战略步骤并没有错，甚至我们的员工也并非不努力，但却仍然达不到预期的目标。



# 《行动的最高智慧》

## 精彩短评

1、很实用的一本书，值得一读

# 《行动的最高智慧》

## 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)