

# 《快速成交：一分钟抓住客户的营销妙招》

## 书籍信息

版次：1

页数：

字数：260000

印刷时间：2011年07月01日

开本：12k

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787510418907

## 编辑推荐

在这本何龙编著的《快速成交--一分钟抓住客户的营销妙招》当中，我们看不到那些高屋建瓴、提纲挈领，而又总让人感觉华而不实的理论、概念、噱头。这本书的切入点，就是我们每个推销员每天可能遇到的状况和问题，就是平实无华但却真切实在的、每个推销员每天都在过的推销生活：市场调查、电话预约、拜访客户、产品介绍、操作演示、签下订单.....

## 内容简介

永远不要表现得“像一名推销员”！接近客户的30秒，决定了营销的成败：要有一个漂亮的开场白！客户的拒绝将带来销售，只要你处理得当！60秒成为营销之王！

## 目录

### 第一章 找准你的角色：推销员

1. 营销，是价值的传递
2. 除非营销发生，否则什么都没有发生
3. 世界上没有不好的产品，只有不好的推销员
4. 传递出你的价值：推销自己，谋取理想职位
5. 跟营销谈个恋爱

### 第二章 抢人心胜于抢市场

1. 营销之战，攻心为上
2. 营销“窥心术”：洞察客户内心的真实需求
3. 摸清客户的购买动机
4. 爱的攻心术
5. 卖“结果”，不要卖“产品”
6. “变性”万宝路：将你的产品“钉入”消费者的心中

### 第三章 一分钟俘获他的“芳心”

[显示全部信息](#)

## 在线试读部分章节

穿过看似井然有序实则更像迷宫的图书大厦的各个书架，急急忙忙来到市场营销类书架，并抛开众多真真假假的“营销圣经”，或独具慧眼或因缘巧合地拿起这本名字似乎还有点意思的《陕速成交：一分钟抓住客户的营销妙招》，然后摸摸质感、看看封面、扫扫目录，翻到这一页，并坚持读完前面这几行有些云遮雾绕的文字的您，相信必定是“准推销员”（做营销已经有些年头了，这次来书店是想充充电、提高提高自己的专业水平）或“预备推销员”（还没真正入门，正在经历“扫街”这个营销初级阶段；或看着周围干营销的收入不菲的同学、朋友，也禁不住孔方兄的诱惑，想下海一试）——但一定不是“骨灰级”推销员！因为到了那个级别，已经不需要读什么“有形”的书了，已经是无招胜有招、“大千世界，尽藏我心”了！所以，虽然您可能已经是业内元老、公司元勋了，但营销这个比杀毒软件更新速度还要快的行业，您却不一定真正了解。营销，就是靠一张嘴卖产品和虽说“隔行如隔山”，但已经“身在此山中”的您，是否会经常为签不到单而百爪挠心、夜不成寐呢？也许，正因为“身在此山中”，所以才“不识庐山真面目”。这就好比我们对自己的了解，对于自己，您已经真正认识了吗？正因为我们时时刻刻都是从“我”的角度去看问题、想事情，因此我们往往会因陷入自我而忘记了顾及他人、统筹全局。所以对于您的角色——推销员，您未必就已经吃准、摸透了。在这一节，我们先不谈推销员的问题，我们先从整体提纲挈领地去看看这个行业：什么是营销。

营销究竟是什么呢？

有不少人认为，营销是一份由一些“特别”的人去完成的“特殊”工作：男性的外表一定要英俊潇洒、西装革履、口若悬河、左右逢源，会喝酒划拳，会唱歌跳舞……女性的外表一定要羞花闭月、落雁沉鱼、风情万种、眉目传情，能做到投怀送抱、陪吃陪喝……这种认为营销就是陪吃陪喝陪玩的老观念，对营销的认识非常浅薄，甚至根本还没有入门，多是道听途说、凭空想象而已，不足道哉！（1）营销三派

对于营销，业内人士一般分为三派：科学派 这派认为，市场营销是一门科学。因为市场营销是对现代化大生产及商品经济条件下工商企业营销活动经验的总结和概括，它阐明了一系列概念、原理和方法。这些从多年实战中得出的抽象原理与方法，一直非常有效地指导着企业营销活动的开展。

营销和客服领域的权威专家杰弗里·吉特默就持这种观点。他每年为 IBM、AT&T、可口可乐、希尔顿酒店、《企业杂志》、西门子、先达等公司组织 150 多个培训项目和营销会议，他是营销专栏（《营销方略》）的作者，该专栏在美国和欧洲的 85 家商业报纸上登载，每周读者 350 万人。

……

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