

本周书籍推荐

► 销售冠军从陌生拜访开始

南山 著

编辑推荐

《销售冠军从陌生拜访开始:陌生拜访细节训练》,进门 30 秒决定销售成败。如果你掌握好了这 30 秒,就等于有了一个良好的开端。与客户初次见面,你需要在有限的时间内完成最主要的拜访工作,这就需要你设计一个最有效的拜访流程。

《销售冠军从陌生拜访开始全面系统地介绍了成功进行陌生拜访的技巧和细节,读来必定让你受益匪浅。

没有每天 60 家的陌生客户拜访量,原平不会创造全球销量冠军的奇迹。不会拜访,就没有好的销售,不会成功开拓陌生客户,就做不了销售冠军。销售拜访的成功源于每个细节的不断完善。

内容提要

没有谁的人脉资源是无限的,你原有的人脉资源总有用完的一天。陌生拜访对于许多销售人员来说,是一个非常棘手却又必须逾越的关口。而优秀的销售员总是能满怀信心和勇气克服陌生拜访中出现的种种难题,并最终赢得销售的成功。《销售冠军从陌生拜访开始》全面系统地介绍了成功进行陌生拜访的技巧和细节,读来必定让你受益匪浅。

社交媒体催发的一次性革命

男人说心有所属,其实希望女人送抱,女人说失恋想哭,其实是想有个怀抱——这是微信和陌陌里常见的男女生态。性,因社交媒体兴起,迎来了新革命,随之而来的是满足还是懊悔?是流连还是反胃?这一次,中国超越了世界水准。

2010 年 11 月,日本女优苍井空注册微博,24 小时之内粉丝数超过 22 万;2011 年 1 月 21 日,腾讯推出手机聊天软件——微信。摇一摇催生了艳遇若干……

2012 年 8 月,陌陌上线一周年,用户突破 1000 万……

2013 年,社交媒体引爆的性革命仍在扩散蔓延……

性,曾经的洪水猛兽,在社交媒体时代因唾手可得而变得微不足道起来。

社交媒体已经植根到了我们的生活中,不仅改变了我们的工作空间,更改变着我们的生活空间,改变着我们的人际交往模式。其中最为猛烈的要数对于我们性行为关系的改变。

互联网刚开始在中国普及时,上网的群体普遍学历偏高,白领和高端人才为主,当时大家在聊天室,在社区互相勾搭,但是彼此还是很矜持的,还会用笔友的心态对待网络中的人,还会幻想一个白衣飘飘的浪漫。

到了社交媒体大行其道的今天,大家只要在手机的社交应用上输入需求的性别和身高,看一下照片,就可以直奔主题。标签、头像、图片、个人简介、地理位置等碎片信息被移动终端完美组合,在虚实之间缔造了一个女人展示,男人猎取的全新生态圈。摇一摇,聊一聊,陌生人就从天涯到咫尺。

社交媒体改变了沟通方式,但人的社交需求并没有变。今天的各种社交媒体和当年的聊天室大同小异,它们唯一的差异或许就是存在的形式。当聊天室已经走向消失的时候,创办一年多的移动社交工具陌陌用户量早已突破千万,估值也已经超过 1 亿美元。

社交媒体越来越蓬勃,为我们的性自由提供了更坚实的平台。

正如媒体人裴谕新所说,“性,作为一项承载着太多社会、文化意义的道德实践,一向为各种成文或不成文的规范制约。互联网的出现,尤其是社交媒体的普及,让性的表达比以前任何时候都更为自由多样,也更容易得到及时的反馈与回应。”

据中国新闻周刊网调查显示,有 35% 的人表示婚前婚后都没有身体出轨行为,而身体出轨的案例中有 32% 是通过社交媒体牵线才促成的。

社交媒体具有容易获得,代价低廉,匿名性强的特点,或者说是“优点”,恰好处地掩护了人在暗处龌龊的个人行为。无论你说多么浪荡龌龊的句子,无论你是恋脚狂还是性虐狂,社交媒体都不会让你原形毕露,更不用担心社会对你个人人格的否定。三言两语就能获得新鲜刺激的肌肤,满足过后裹上衣服,各自离开。快活之后,是满足还是懊悔,是流连还是反胃,个中滋味自知。

性,因为社交媒体迎来了一场新的革命,更简便却不单纯,更快速却不持久,更私人却不私密。

一个新的时代降临了。这一次,中国几乎与世界同步。某些时候,步子甚至迈得更大一些。

(中国新闻周刊)

《销售冠军从陌生拜访开始》告诉你成功没有秘籍,细节决定成败。

序言

做了几年销售工作,成绩不错,但一个人获得的财富再多,终究产生不了巨大的社会效益。于是总是寻找着机会能有更大的突破,一个偶然的机会,有幸进入了写作这个行业。

说是偶然也是必然,早就有了把几年的销售经验拿出来与大家分享的想法。进入这个行业后,义无反顾地选择了销售类的图书。坦诚地说,如果现在仍然是在做销售,那么这些经验是不舍得拿出来与人分享的,做过销售的人都明白这一点。但既然选择了编辑这个行业,就要倾其所有,把自己多年来的销售经验毫无保留地奉献给我们可爱的销售人员。

各企业之间竞争激烈,销售人员的竞争也在日益加剧。这两方面的竞争压力迫使销售人员不得不努力提高自身的能力,寻找更多的突破点。怎么突破?怎么创新?读《销售冠军从陌生拜访开始》是一个不错的选择,说是陌生拜访,其实并不局限于陌生拜访,而是在内容上涵盖了整个的销售流程。

为了向读者奉献一本与众不同的特色工具书,本书在编写过程中力图做到以下几点:

系统:整体的结构框架按照销售的基本流程:寻找客户——访前准备——(接触阶段——询问阶段——聆听阶段——呈现阶段)——处理异议——成交——跟进的内在逻辑结构编排。

全面:在完整的销售流程结构框架下,书中几乎涉及到了销售过程中出现的任何一部分内容,而且通过一个个细节,甚至细节下的具体内容——体现出来,力求向读者奉献最全面的销售经典。

经典:书中提到的一些方法和技巧,是笔者根据营销专家的建议,结合当前销售精英们常用的一些做法总结而成,具有很强的权威性和可信度。

实用:本书是针对销售过程中普遍存在的问题和读者的当前需求来选择素材的。书中具体的细节内容经过市场调查采样,提炼出最尖端、最前沿的一些问题,以便最大限度地切合读者的需求。

原创性:为了避免理论和实践的脱节,适应当前市场发展的需要,笔者在编写过程中对一些销售理论上的空白进行了创造



性的填补,并对销售过程中出现的一些新情况、新问题给出了最新的答案,以便更好地满足读者的需求。

可读性:为了方便读者阅读和理解,书中采用了大量的案例和故事,并对一些难点和重点问题,辅以相应的插图和表格,希望能对读者有所帮助。

在本书编写过程中,获得了国内多位营销专家的支持,在此向他们表示衷心感谢。当然,由于编者水平有限,疏漏之处在所难免,希望广大读者批评指正。

林明 林木葱翠山明水秀

■ 莞尔 文 / 图

林木葱翠 山明水秀

林明,这音译名取得极好,一听就让人联想到这是个林木葱翠,山明水秀的好地方。

林明位于马来西亚彭亨州东部,是离首府关丹以北 42 公里的一个小镇。林明这一地名据说是早期原住民追赶野兽时,短矛遗留在河床上被后人发现而命名。这音译名取得极好,一听就让人联想到这是个林木葱翠,山明水秀的好地方。

林明曾经是彭亨州生产锡米最多的地方,仅次于玻利维亚,排名世界第二,深达 1400 至 2000 英尺的隧道是东南亚锡矿中最深的一个,也曾经是全世界最大的地下锡矿场。

林明海拔 700 英尺,山坡周围长满茂密而苍翠的热带常青树木。清晨,迎着晨风上山,可欣赏瑰丽日出,同时也可以俯瞰脚下幽深苍茫的云海,景色绮丽多姿,犹如仙境。

林明山只比武吉知马山高近 200 英尺,可是景观更多姿多彩,那滚滚的云海,令人欣喜的日出,千变万化的朝霞,令人向往!

这次乘旅游巴士前往,从新山到林明只花了几个小时。清晨五点钟,天黑地暗。我们握着小手电,手电筒,抓着水泥石阶的扶手,气喘吁吁,拾级而上。不一会儿就征服了林明山,在山顶亭子里引颈期待,说是左边观日出,右边赏云海。山下民居灯火点点,曲折的林明河若隐若现……六点多钟,大事不妙!一大团一大团的白雾悄悄地遮挡了我们的视野,天上洒下了豆大的雨珠,由少而多,由慢而急。

日出、云海都“泡汤”了!



远眺林明山,热带常青树木茂密而苍翠。

早上七点多,穿着雨衣,心不甘情不愿地下山,弯弯的林明河、祥和的林明小镇映入眼帘,青山“黄”水,景色宜人,可是,那种“入宝山空手回”的感觉甚是无奈……

林明面和林明山水豆腐

下得山来,走在林明老街中,仿佛进入时光隧道,据说数十年来,老街的老店始终保持着原本的样貌。据说林明居民恬淡豁达,对物质生活没有太高的要求,过着淳朴朴实恬淡的生活。街道中央老树盘根,树干粗大,顶天立地。树身上攀爬着野胡姬,白色的花儿仿佛一只只和平的小白鸽……

饥肠辘辘,大家的目标几乎只有一个,就是到街角吃那远近闻名的林明面和林明山水豆腐。林明好山好水,做成的豆腐和面条风味独特。

午后去参观林明面厂,那是家庭工业,最特别的是他们在墙上凿了一个洞,把 2 米来长,饭碗口粗的擀面棍,短的一头穿过洞去,长的一头留在桌上,一个很有分量的壮男就骑在棍子上擀面,煮面的大灶都是用柴火当燃料的,充满农家风味。

林明吊桥

林明面厂就在林明河边,我们得走过河上的吊桥才到面厂,好长的吊桥啊,就好像我们横跨在高速公路上的行人天桥,不同的是走在上面摇摇晃晃,桥下是滔滔流水,好玩又刺激,胆子小的恐怕会脚软。村民还骑脚车、电单车过桥呢。

林明河上有好多座吊桥,吊桥是当地居民出入的主要通道,吊桥之美也是当地一个吸引游客的旅游景观,林明的吊桥非常具有地方代表性。

彩虹瀑布

林明小镇周遭青山环绕,自然景观丰富,绮丽山水与诗情画意的景色,除了林明山,大卑土山(Gunung Tapis)的彩虹瀑布也为人们津津乐道,所以林明山是这次出游的男主角,彩虹瀑布则是女主角!翌日清晨五点多钟,大伙儿已准备就绪。因为山路狭窄崎岖,旅游巴士不能进入,我们得分乘两辆看似载“猪仔”的四轮驱动罗厘车,一路颠簸着出发。

说是要一个小时的车程,由于没有车顶,沿路上遇到路旁低垂的枝桠,坐在第一排的人不时要大声高喊,提醒大伙低头避开。一路惊险连连,惊呼声和笑声不断。无奈天不作美,途中又下起大雨,大家穿了雨衣,众手齐拉塑料布遮雨,把“同车共济”的精神发挥得淋漓尽致。

幸好,下了车,天又放晴了。这要拉着绳索过河,河水齐腰。接着要走一个小时山路才能到达彩虹瀑布,得要赶在早上八点以前到达,才不会让彩虹溜走!沿路,时而涉足山中清凉小涧,时而穿过崎岖丛林,雨后泥土湿滑,途中不时有人“溜滑梯”。

终于看到一条七色彩虹挂在瀑布上了!多兴奋!随着太阳慢慢升上来,彩虹也徐徐地向下滑落,从悬崖瀑布上缓缓地移到水潭里……

闲话成都

■ 郑渝川

一直觉得,成都跟广州存在很多相似性。关于广州,留给人们的印象往往是广州大道以东的天河区,那里的城市特征和生活方式更接近于深圳,财富、时尚和快节奏成为关键词。只有在广州生活过较长时间的人才能领略她的气质,更多地保留在广州大道以西的旧城。尽管激越的城市化让旧城建筑大多不复存在,但格局依旧。在广州的旧城,闹中有静,许多本地居民并不愿意急切欲在这座城市立足的外地人那样,把所有精力和时间都放在事业打得上,这才有了堪称精致无双的粤式早茶生活。请注意,饮早茶需要整整一上午,这是很奢侈的生活方式。

成都人则在下午喝茶,不仅如此,成都人还想尽办法,开创让“玩”和“吃”兼容并蓄的方式方法。比如说,周末到农家乐聚会,既包括下午喝茶的部分,还有中午和晚上两顿农家菜,以及搓麻——成都官方规划比较成功的,就是迎合成都人讲究“玩”和“吃”的特点,在市郊开发出多个堪称全功能的全民休闲娱乐区域,最著名的有三圣乡,远一点就是龙泉。

当然,成都人不可能每天、每个节假日都去农家乐,城里也有很多好去处。成都人不喜欢宅,下馆子和“轧马路”的频率之高,绝对是国内其他城市的人望尘莫及的。“轧马路”的频率如此之高,导致成都的零售业效益远远超出了这座城市经济实力在国内的排序;成都顶多算 1.5 线城市,但零售业却绝对可以排到 1 线。“雅诗兰黛成都王府井百货专柜去年一举创下该品牌全球专柜销量第一的神话”,这是媒体和企业均证实的消息。这从一个侧面反映出成都人与时尚、消费相拥的紧密程度,在这里,基本没有人煞风景地去谈论过度消费、品牌设计、时尚概念有什么弊端。

很难在短短一篇文章中说清楚全成都人的生活方式、成都的生活趣味。而要比较方便而全面地了解这一切,我推荐大家读我的朋友、文友、网友朱晓剑新近出版的《闲言碎语》一书。这本书分为 5 个篇章,“恋城记”一章扫描的是成都的“巴适”生活,其实也可作为外地朋友来蓉的自助游指南,从到龙泉看桃花,到送仙桥古玩艺术城挑选珍奇古玩,再到随处可见的街头小吃,穿插成都的特色书店分布、古镇风情、方言特点、美女之城、农家乐。朱晓剑出生和青少年时代成长在外省,1997 年来到成都后,经十多年的“巴适”生活,还总结出了成都生活方式常常受到忽略的几大优势:朋友间的容忍度和自由度更高、知足常乐的爱情更易获得、除了生活享受而不急于追赶其他方面的潮流、为不断改善品质生活而萌生的创意思考能力。

“街巷里”、“无所诗”、“等闲者”、“书虫志”四章分别是有关成都一些特色街巷的介绍、成都文化生活的记录、有特点有个性有独特生活品位的成都人(不仅仅包括成都文化人)、作者淘书读书的生活状态,各显趣味、韵味和诚意。

装扮自己

■ 梁凤仪

在服装上,我们集团的同事也分两大门派,一派是“执到正”派,属于地产、股票、生意上的同事,天天西装笔挺,身光项靓,因为应酬多。

另一派是“牛仔裤”派,那是纸厂及出版社的同事,不用外出应酬,于是乎在服饰上也闲散下来。

若以个人的金钱支出角度看,着装是自己的自由。

但我不以为然,经常都教训那些年轻同事,尤其是较高级的行政人员,应该在仪容服装上多加注意,要争取装扮好自己的机会。

因为当你可以漂亮醒目地站在人前时,那种感觉是会令你产生优越感和信心的。与此同时,先敬罗衣后敬人不是完全不可取,先给对方一个好印象,才可以开启交谊,这只不过是一门相处的捷径,最先令人有不错的感觉,是成功之道。

海尔——速度和质量的完美体现

这月家里要添置一台洗衣机,凭着以前购买海尔产品所享受的服务,还有稳定优质的品质,又去商场选取了一台海尔洗衣机。

等待的时间不长,海尔的安装师傅就按时带着洗衣机来到了家里。他们在选好安装位置后,就开始细心地检测安装环境,在检测到那陈旧并有些裂缝的电源插座时,他们告诉我有可能出现的后果,便提出了更换建议。我看到他们因为忙碌地安装而有些疲惫的样子,我赶忙礼貌地谢绝,谁知道他们还是尽力开导我,并以专业的态度告诉我:他们更换后家电的使用会更放心的。听见这样的话,我将插座买了回来,在更换后,终于把洗衣机安装好了,事后他们微笑着向我告别,我感到很奇怪,问道:“这样耽误你们正常的工作时间,很是过意不去。”他们说道:“能为顾客做点事情,这是我们的职责”。温暖的话语让我感动,心里难以平静。在这短短的接触过程中,我又一次看到了海尔的速度和完美。(文文)