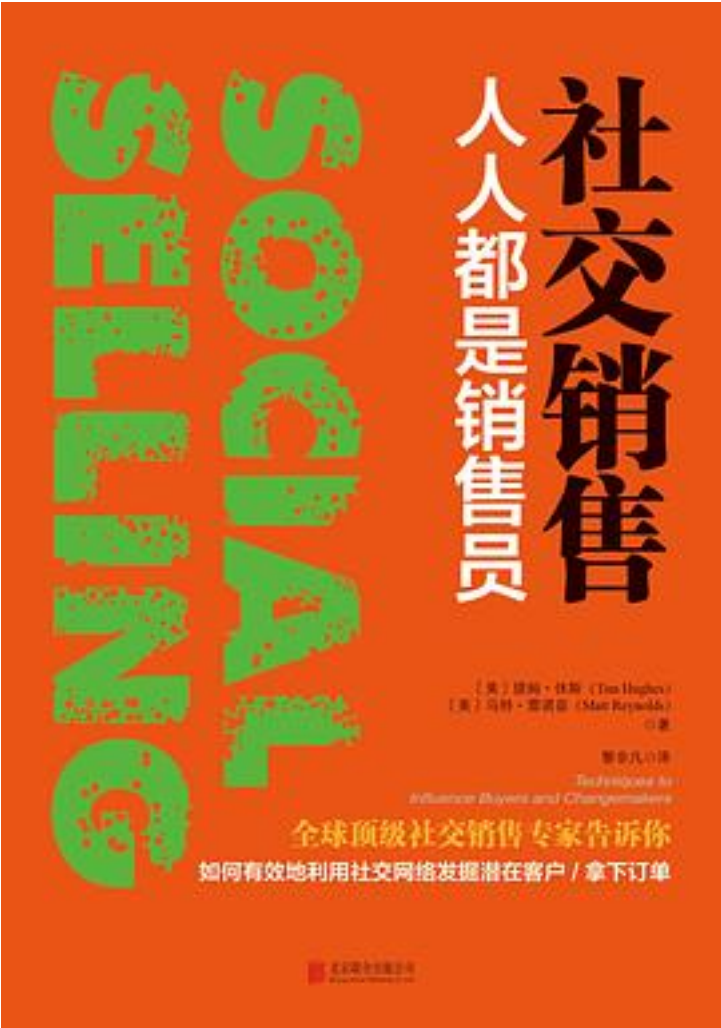


社交销售



[社交销售_下载链接1](#)

著者:【美】提姆·休斯

出版者:北京联合出版公司

出版时间:2017-5

装帧:平装

isbn:9787559600035

如今，通过社交网络来发展与决策者们的关系已经成为一项越发关键的技巧了。如何能

够过早介入并“黑进”购买产品的过程，有效地利用社交网络发掘潜在客户，拿下订单，实现自我突破，是每个销售人员迫切关注的焦点。本书不是教你如何利用各种工具来改变潜在客户的意愿，而是告诉你在一个操纵型销售方式轻易就能被人识破的世界里，如何与人建立真正的信任，树立权威并扩大影响力，如何能够更快、更加巧妙地销售，如何用社交的方式去做销售。

随着虚拟环境改变了买家的习惯，要利用传统的销售方法在买家做决定的过程中足够早地接触到他们变得越发的困难。

如何才能不断获得与客户见面的机会？

如何利用社交媒体来获得更多订单？

如何利用已有的客户群获得新的客户？

如何有目的地使用网络，创造社交信任感和高质量的社群？

如何在你的领域建立自己真正的影响力和权威性？

如何在一个组织中决定社交销售策略，提高订单转化率？

如果对于这些问题你还没有一个完备的答案，那么不妨再问问自己，

到目前为止你有没有实施过任何社交销售项目？

你制作目标市场用户角色模型了吗？

你的销售团队现在是如何使用内容的？

你们有没有一种在线上与客户建立信任的文化？

作者介绍:

提姆·休斯（Tim Hughes）是一位社交销售改革者和先驱，被《福布斯》列为全球“100位顶级社交销售员”。提姆参与推出了最先进的社交销售计划之一，涉及了西欧的几千名销售人员。他目前通过“社交销售休息室”提供关于社交销售的培训。

马特·雷诺兹（Matt Reynolds）是一位技术社会学家、博主以及社交销售技术企业家，与提姆·休斯共同创办“社交销售休息室”提供关于社交销售的培训。他已经写了十几本书，最新的是《个人电脑的消亡》，讲述了在普通社会中智能手机和平板电脑的增长所引起的社会变化。

目录: 第一章 社群与部落制度

拥有社群的重要性

打造你的社群

社群的认识误区

小结

补充材料

第二章 你在社交网络中的身份

如何在领英上打造优质档案，树立你的品牌

如何使用推特构建社群，发掘潜在客户

小结

第三章 与陌生人交谈的技巧

当买家都在线上时，获取信任的方法

有一种谈话技巧叫“积极聆听” 利用社交图谱，找到你想找的任何人
私人定制，提升关注度 没有人喜欢无趣的话题 小结

第四章 让你的影响力为你办事

什么是影响力

在B2B营销中借助“明星效应”

传递有价值的洞察和信息，而不是短视

正确地开发和使用影响力

如何利用“狂热型”影响者

在风险与发展之间取得平衡

学会建模，构建个性化营销策略

小结

第五章 设计你的“销售机器”

简谈技术采用曲线

社交销售与传统销售的区别 社交网络的机理

小结

第六章 从传统思维转向社交思维

那么你应该聆听什么

信号——哪些信号

什么是你在线上的品牌 DNA

怎么找内容

4-1-1 法则

线上和线下社群

社交销售最佳实践

小结

补充材料

第七章 推销社交销售的理念与衡量成功的标准

抓住机遇，率先突围

常见异议及应对办法

如何与你的执行团队定位社交销售

投资回报率（ROI）和成功标准

不同种类的度量

最后，你应该问自己的几个问题

小结

补充材料

第八章 如何利用技术来做网络推广

你研究过如何用社交网络寻找信息吗

自动化和日程安排工具

发布那些人们都想看的文章

销售员也是内容创造者

度量影响力与放大效果

小结

第九章 文化可以把战略当早餐一样吃掉

信任是社交媒体的全部

社交销售成熟度

如何实施社交销售变革项目

持续改进与优化

有针对性的社交方案

小结

第十章 社交销售五步走

变革制造者方法

小结

总结
个人品牌塑造的未来
与陌生人交谈
发展你的网络
变革制造者
影响力营销
营销组合怎么在变化
社交成熟度——加速成熟
技术的未来
缺乏对 BANT 的重视
成交计划取消
作为成套软件的社交销售
后记
• • • • • ([收起](#))

[社交销售_下载链接1](#)

标签

销售

营销

销售攻心术

我想读这本书

情商

好书，值得一读

两个巨无霸套餐价上的一堂社交销售课

经济

评论

这类书还是中国的微商达人写的比较好

准确找出能够做出购买决策的人，才有机会让销售人员重新回到购买流程之中

听

书中提供了“4-1-1”法则。“4-1-1”法则中，4是指发布4篇和行业相关的知识性文章，类似于前面所说的“买文件柜之前你必须考虑的十件事”；第一个1是指发布1条企业相关的文章，比如“20条你可能不知道的某某铁皮柜公司趣闻”等等；第二个1是指发布1条好玩的或者是关于你个人的信息，可以是宠物的照片，也可以是游玩的照片，目的是给你的文章加入个人品牌的元素。
总的来说就是，既有知识交付价值的文章，又有公司产品的推介，还有个人品牌塑造的内容。这种“4-1-1”法则应用最广泛的应当是微信公众号，很多知名账号每天推送的订阅信息都采用这种混搭模式，打造专家形象的同时，宣传公司和个人品牌，从而吸收了大量粉丝，拥有极强的影响力。

土壤环境相差过大，操作性不强，理念是正确的

真的不咋滴，机场买的

得到

看过的销售书中，最没干货的书了。从头到尾尽是作者的意淫，应该如何等等，谁看谁后悔的书！

得到APP每天听本书分享：本书中的三个内容，社交销售的关键、两个重点以及企业实施社交销售的五大步骤。首先，我们讲了社交销售的关键。传统销售模式的销售线索已经转移到网络社群，而销售人员也被排除在购买流程之外。能够让销售人员重新找回销售线索回到购买流程的方式，便是通过社交销售吸引并影响目标企业的变革制造者。其

次，我们讲了社交销售的两个重点。建立权威和获取信任能够打通销售人员与变革制造者之间的通道，而我们可以通过建立品牌、传递高质量信息的方式建立权威；通过积极聆听和私人定制赢得信任。最后，我们讲述了企业实施社交销售的五大步骤，分别是开店营业、学会聆听、打造影响力、优化操作和全员参与。

通过建立品牌、传递高质量信息的方式建立权威；通过积极聆听和私人定制赢得信任。

多个社交平台使用同一张严谨的正装照，能够增加个人品牌认知度，树立权威形象。

现在这个时代发传单已经没用了，不如打造自己的特殊人设

目前还没读完，还是学到了一点东西。“社交不是让你不断地在社交平台上更新状态，而是让你去接触、去评论。”
以及要有创建社群的意识，以及成为自己社群的“思想领导者”。
已读完，关键词句：社群、影响力、创造价值、信息便是价值！主动接触并评论！

9分真的是太过誉了！书里面重复的内容挺多。有些观念我觉得不错！嗯。

大概了解一下对手的套路，没什么意思

废话好啰嗦

社交销售其实有点没那么实用啦，但是我觉得有几点还是挺有用的，比如建立权威中打造影响力（4篇和行业相关的知识文章-1篇企业相关的-1篇好玩的或个人的）还有就是学会聆听。

实操性很强的一本书，打造社交个人品牌。

打造个人专家形象，对于传统销售和数字经济的销售做了对比。有指导作用。

[社交销售_下载链接1](#)

书评

运营小白的困难

新入公司不到半年的王妍，在各路大神们的带领下，加上个人的努力。成为了外地一个小项目E组的项目组长（代）。新的项目，一切从零开始，新的营销环境、受众习惯也不同，王妍上马第一周就出现了问题——原来有效的一些方法，面向外地顾客推行时，效果并不明显，...

列夫·托尔斯泰曾经说过：“没有智慧的头脑，就像没有蜡烛的灯笼。”俗话说“活到老，学到老”，这话一点不错。
销售是一种本事，社交销售阅读起来，发现非常实用，从书中收获的不仅仅是有关于销售的方法，还有如何打造你的社群，如何有效的沟通以及怎么样与顾客成为朋友等...

信息技术的发展，催生了一系列虚拟环境下的买卖交易，也在一定程度上改变了买家的习惯，使得利用传统的销售方法在买家做决定的过程中足够早地接触到他们变得越发的困难。那么如何打破这种僵局？如何建立社交媒体？又如何通过社交媒体获得更多资源？那么我想提姆·休斯和马特·...

“如果你想要的是对这个世界的一种抽象的认识，那么本书不适合你，因为这是一本介绍销售人是如何利用社交来提高销售业绩的书，谁教你怎么“黑进”购买过程。”当我看到这段话的时候，我就知道这是一本纯干货！

作者不去讲一些虚无缥缈的方法论，而是对社交销售模型，原理，架构...

今时今日，社交销售的重要性已经不言而喻，但是，很多错误的观点一直被人当作金科玉律。例如，社群里面的人群数量很重要。我们或多或少经历过，被人莫名其妙的拉入某个不知道的社群体验。一些知道一点社交销售门道的公司或个人，故意把它捧得神秘秘，故作高深，然后高价而沽...

综合 1 互联网与营销 1 这是一本讲社群即社交，互联网营销的书，包括个人与企业，目录很清晰、且诱惑满满，无疑这是本好书、新书。外国人写的有说服力理论基础扎实，就是相对生涩更适合有一定基础的人阅读。线上多么有诱惑力的方式，相信好多大公司正“举步维艰”呢，专家 ...

文 | 海蓝蒲雨
从毕业后开始工作到现在，我都是做文职的工作。因为职业生涯的瓶颈，再加上之前同事的邀约，想转变一下去做销售，但是到目前为止，我都没有销售的概念。对以往销售模式模糊的印象，到新引进的社交销售，仿佛开启了我人生的新大陆。
传统模式的销售方式一般以...

“孩子成绩落后于其他同学应如何提高？孩子对学习的兴趣究竟要怎样激发？教辅读物琳琅满目到底哪本最可靠？学校老师良莠不齐对孩子有何影响？校外辅导班鱼龙混杂家长又该如何选择？XX大夫无痛人流，从根源上免除您的烦恼。”
这是几年前在上很流行的一个段子，有人拿它出来做...

前两天听盆友说她儿子才小学二年级都会悄悄用家长的手机网购玩具了，那些还在使用被人百般嫌弃的电话营销和邮件营销那就太low了，为什么传统营销越来越不被接受就是因为传统模式下的销售员只关注自己的销售计划达成率，对客户来说是被动的接受信息，而社交营销是主动的解决客...

我们在一个危险又美好的时代，他让我们必须马不停蹄地奔跑，一停下来喘口气就被错过了机遇，一加把劲就能把别人抛之甚远。
昨天晚上看到陈毛毛的《你有没有想过，你需要活得功利一点》中说到，还没进场呢，谈什么全身而退？都还没见过“名利”呢，拿什么“淡泊名利”。我们拿...

说起社交网络，我们并不陌生，从最开始的QQ到微信，我们都在用网络进行社交，网上的朋友，叫网友。但那是带功利的纯友谊，属于人际交往，主要是倾诉，满足心理需求。而这本书，是带着目的社交的。是我们从事工作后会面对并且要学会的销售技能。互联网发展快速，我们的时间也...

[社交销售_下载链接1](#)