

# 最新销售就是要玩转情商读后感(精选5篇)

当品味完一部作品后，一定对生活有了新的感悟和看法吧，让我们好好写份读后感，把你的收获感想写下来吧。如何才能写出一篇让人动容的读后感文章呢？下面我就给大家讲一讲优秀的读后感文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

## 销售就是要玩转情商读后感篇一

自从事销售工作以来，看过不少营销类书籍。《销售圣经》是顾问式销售必读，《细节营销》是市场营销类难得的好书，值得细读，以上两本是公司推荐阅读的。市面上销售类书籍太多了，有很多书是标题党，华而不实，公司曾推荐的《销售一定要懂的108个技巧》就是此类。

最近阅读了《销售就是要玩转情商》，之所以阅读此书，第一是看到很多对此书的好评，第二是我自认在销售情商方面不足。此书与《销售圣经》最大不同之处讲如何从神经科学的角度开发客户。此书从情商角度解析销售过程，强调常被销售忽略的情商“软技巧”。以我的推荐指数，此书高于《销售一定要懂的108个技巧》，低于同类书的《销售圣经》。尽管如此，我还是从阅读此书中获得一些感悟。

### 建立情商销售文化的有效步骤

书中说，具有浓厚情商销售文化的团队一般都有三个基本特征：推崇学习，重视合作，鼓励慷慨大度的精神。我尤其对“推崇学习”这部分敏感，这方面我们有不足。通用公司是学习型企业的典范，每年投入超过10亿美元用于员工培训与教育项目。持续的培训有助于企业赢得更大的利润，还能降低员工离职率。

我总觉得，开会要谨慎，开会容易降低工作效率，没有十足的把握不要开会；所以，我们竭力避免培训会议。这是不恰当的。培训是必需的，开会确实容易低效率。解决办法是提前设计和准备培训会议的主题和内容，以此提升效率，真正做到培训有效果。

培训不仅可以提升员工专业知识和销售技巧，还可以降低离职率。真个团队共同完成“培训”这一集体活动，有利于增强员工归属感和团队合作精神。退一步讲，即便培训内容是空白，培训这种形式也是有效的！

最后，介绍一下建立情商销售文化的有效步骤：

- 1 创建学习型的环境
- 2 摆脱自我，倡导集体
- 3 肯定他人的努力
- 4 倡导慈善

提升销售领导能力的有效步骤

- 1 始终如一
- 2 放弃你被人喜欢的愿望
- 3 表现出同理心和礼貌
- 4 成为一名导师
- 5 将欢乐放入每周的待办事务。

始终如一，即言行一致，说到做到，不虚与委蛇，真诚待人，不做情绪不稳定的人。这是领导之本！

放弃你被人喜欢的愿望，这一条对于触动最大。喜欢某人与尊重某人是存在差别的。员工可能喜欢你这个人，但是却只重视那些他们尊重的人提出的建议和反馈。被所有员工喜欢的经理可能会有很多朋友，但是业绩可能会很差。

由于性格因素，我并不属于强硬派领导。在我心目中最理想的领导应该是这样的：假如有一天团队乘飞机境外旅游，飞机中途故障，迫降于无人海岛，一伙人身处危境，这时大家会跟随他们最信得过的人。这个人有两个特点，第一人们相信他有能力，第二人们相信他会为众人谋利益而非私利。而这样的人，我们称之为英雄——有能力的好人！基于以上的认识，我平时希望让每个人喜欢，不会强迫大家做什么。现在看来，我应该思考如何拿捏软硬兼施，此为我之不足。

此书我阅读不精，很多段略无需阅读即知其意，尤其无法忍受晦涩的翻译文字，整体阅读下来也就只有以上几点感悟和触动。不禁想到李笑来说，不值得逐字阅读的书不值得读。这书确实不值得我向别人推荐，我也不想推荐。毕竟我耗费时间和精力阅读了该书，所以总结了一些收获，不至于所耗精力全军覆没。

## 销售就是要玩转情商读后感篇二

最近阅读了《销售就是要玩转情商》，之所以阅读此书，第一是看到很多对此书的好评，第二是我自认在销售情商方面不足。此书与《销售圣经》最大不同之处讲如何从神经科学的角度开发客户。此书从情商角度解析销售过程，强调常被销售忽略的情商“软技巧”、以我的推荐指数，此书高于《销售一定要懂的08个技巧》，低于同类书的《销售圣经》。尽管如此，我还是从阅读此书中获得一些感悟。

建立情商销售文化的有效步骤：

书中说，具有浓厚情商销售文化的团队一般都有三个基本特

征：推崇学习，重视合作，鼓励慷慨大度的精神。我尤其对“推崇学习”这部分敏感，这方面我们有不足。通用公司是学习型企业的典范，每年投入超过0亿美元用于员工培训与教育项目。持续的培训有助于企业赢得更大的利润，还能降低员工离职率。

我总觉得，开会要谨慎，开会容易降低工作效率，没有十足的把握不要开会；所以，我们竭力避免培训会议。这是不恰当的。培训是必需的，开会确实容易低效率。解决办法是提前设计和准备培训会议的主题和内容，以此提升效率，真正做到培训有效果。

培训不仅可以提升员工专业知识和销售技巧，还可以降低离职率。真个团队共同完成“培训”这一集体活动，有利于增强员工归属感和团队合作精神。退一步讲，即便培训内容是空白，培训这种形式也是有效的！

最后，介绍一下建立情商销售文化的有效步骤：

- 1、创建学习型的环境
- 2、摆脱自我，倡导集体
- 3、肯定他人的努力
- 4、倡导慈善

提升销售领导能力的有效步骤

- 1、始终如一
- 2、放弃你被人喜欢的愿望
- 3、表现出同理心和礼貌

4、成为一名导师

5、将欢乐放入每周的待办事务。

始终如一，即言行一致，说到做到，不虚与委蛇，真诚待人，不做情绪不稳定的人。这是领导之本！

放弃你被人喜欢的愿望，这一条对于触动最大。喜欢某人与尊重某人是存在差别的。员工可能喜欢你这个人，但是却只重视那些他们尊重的人提出的建议和反馈。被所有员工喜欢的经理可能会有很多朋友，但是业绩可能会很差。

由于性格因素，我并不属于强硬派领导。在我心目中最理想的领导应该是这样的：假如有一天团队乘飞机境外旅游，飞机中途故障，迫降于无人海岛，一伙人身处危境，这时大家会跟随他们最信得过的人。这个人有两个特点，第一人们相信他有能力，第二人们相信他会为众人谋利益而非私利。而这样的人，我们称之为英雄——有能力的好人！基于以上的认识，我平时希望让每个人喜欢，不会强迫大家做什么。现在看来，我应该思考如何拿捏软硬兼施，此为我之不足。

此书我阅读不精，很多段略无需阅读即知其意，尤其无法忍受晦涩的翻译文字，整体阅读下来也就只有以上几点感悟和触动。不禁想到李笑来说，不值得逐字阅读的书不值得读。这书确实不值得我向别人推荐，我也不想推荐。毕竟我耗费时间和精力阅读了该书，所以总结了一些收获，不至于所耗精力全军覆没。

## 销售就是要玩转情商读后感篇三

周彦宽

自从事销售工作以来，看过不少营销类书籍。《销售圣经》是顾问式销售必读，《细节营销》是市场营销类难得的好书，

值得细读，以上两本是公司推荐阅读的。市面上销售类书籍太多了，有很多书是标题党，华而不实，公司曾推荐的《销售一定要懂的108个技巧》就是此类。

最近阅读了《销售就是要玩转情商》，之所以阅读此书，第一是看到很多对此书的好评，第二是我自认在销售情商方面不足。此书与《销售圣经》最大不同之处讲如何从神经科学的角度开发客户。此书从情商角度解析销售过程，强调常被销售忽略的情商“软技巧”。以我的推荐指数，此书高于《销售一定要懂的108个技巧》，低于同类书的《销售圣经》。尽管如此，我还是从阅读此书中获得一些感悟。

## 建立情商销售文化的有效步骤

书中说，具有浓厚情商销售文化的团队一般都有三个基本特征：推崇学习，重视合作，鼓励慷慨大度的精神。我尤其对“推崇学习”这部分敏感，这方面我们有不足。通用公司是学习型企业的典范，每年投入超过10亿美元用于员工培训与教育项目。持续的培训有助于企业赢得更大的利润，还能降低员工离职率。

我总觉得，开会要谨慎，开会容易降低工作效率，没有十足的把握不要开会；所以，我们竭力避免培训会议。这是不恰当的。培训是必需的，开会确实容易低效率。解决办法是提前设计和准备培训会议的主题和内容，以此提升效率，真正做到培训有效果。

培训不仅可以提升员工专业知识和销售技巧，还可以降低离职率。真个团队共同完成“培训”这一集体活动，有利于增强员工归属感和团队合作精神。退一步讲，即便培训内容是空白，培训这种形式也是有效的！

最后，介绍一下建立情商销售文化的有效步骤：

- 1 创建学习型的环境
- 2 摆脱自我，倡导集体
- 3 肯定他人的努力
- 4 倡导慈善

## 提升销售领导能力的有效步骤

- 1 始终如一
- 2 放弃你被人喜欢的愿望
- 3 表现出同理心和礼貌
- 4 成为一名导师
- 5 将欢乐放入每周的待办事务。

始终如一，即言行一致，说到做到，不虚与委蛇，真诚待人，不做情绪不稳定的人。这是领导之本！

放弃你被人喜欢的`愿望，这一条对于触动最大。喜欢某人与尊重某人是存在差别的。员工可能喜欢你这个人，但是却只重视那些他们尊重的人提出的建议和反馈。被所有员工喜欢的经理可能会有很多朋友，但是业绩可能会很差。

由于性格因素，我并不属于强硬派领导。在我心目中最理想的领导应该是这样的：假如有一天团队乘飞机境外旅游，飞机中途故障，迫降于无人海岛，一伙人身处危境，这时大家会跟随他们最信得过的人。这个人有两个特点，第一人们相信他有能力，第二人们相信他会为众人谋利益而非私利。而这样的人，我们称之为英雄——有能力的好人！基于以上的认识，我平时希望让每个人喜欢，不会强迫大家做什么。现

在看来，我应该思考如何拿捏软硬兼施，此为我之不足。

此书我阅读不精，很多段略无需阅读即知其意，尤其无法忍受晦涩的翻译文字，整体阅读下来也就只有以上几点感悟和触动。不禁想到李笑来说，不值得逐字阅读的书不值得读。这书确实不值得我向别人推荐，我也不想推荐。毕竟我耗费时间和精力阅读了该书，所以总结了一些收获，不至于所耗精力全军覆没。

## 销售就是要玩转情商读后感篇四

《情商》一书由丹尼尔·戈尔曼教授撰写，被称为是20世纪最具影响力的话题书籍之一。本书的出版不仅打破了长久以来智商的先天决定论，更为心理学界探讨已久的“情绪智力”问题提出关键性的解释。因为自己的工作涉及儿童情商教育，所以对本书有了多次阅读，并做阅读笔记与大家分享。

### 情绪与大脑

情绪[emotion]的词源来自拉丁语“motere”意为“行为、移动”，加上前缀“e”含有移动起来的意思。情绪都隐含着某种行为的倾向，情绪导致行为，这在动物或儿童身上表现得最为明显。情绪是深层驱动力。情绪体系中每一种情绪均扮演独特的角色，人在生气、恐惧、快乐、吃惊、厌恶、悲伤的时候都会出现不同的身体表现，并会带来不同的行为。比如，人在吃惊的时候，眉毛会往上挑，使视野更加开阔，同时允许更多地光线射向视网膜。从而捕捉更多关于意外事件的信息，以便准确分析当下的情况，确定更佳行动方案。由此可知，人的情绪直接引起生理反应，情绪可以调动体能。

按照戈尔曼的理论，人脑中有独立的一块区域统筹规划着“情绪”。如大脑中的岛叶是感知全身状况并传递感受的神经回路，能够帮助个人了解自身感受和理解他人的感受；前扣带回常用于处理自身情绪，尤其是困扰情绪和强烈感受；



杏仁核是苦恼、愤怒、冲动和恐惧等情绪的触发器。人在情绪低落的时候，右杏仁核的活动是尤其活跃的。通过神经成像表明，乐观和悲观者的区别在于：左前额区活跃的人更有可能产生积极情绪，而右前额区较活跃的人容易产生消极情绪。

认知，即是在脑海中形成新的神经联结。如果消极情绪过多，则大脑中负责消极情绪一块的脑区则更容易被激活。情绪的形成有一部分原因也是因为反复练习建立了情绪的神经回路。因此，对于严重的精神病患：如抑郁症、焦虑症等，无论是药物治疗还是心理治疗，其目的都是改变大脑中的神经回路。情绪与大脑的理论，为改变负面情绪奠定了坚实的理论基础。

## 情商的内涵

根据戈尔曼情商理论，情商的内涵包括以下四个部分：自我意识、情绪管理、同理心和建立人际关系。其中“自我意识”主要指情绪的自我感知能力，即能识别和用语言描述感受、发现想法、感受和反应的联系；了解想法或感受是否主导决策；了解替代选择的后果；识别自身的优点和弱点，用积极而现实的态度看待自身。“情绪管理”指认识到感受的起因，学习如何处理焦虑、愤怒和悲伤。对决策和行动负责任，遵守诺言。“同理心”一种关键的社会技能，理解他人的感受，站在他人的立场上，尊重人们对事物的不同感受。“建立人际关系”学会倾听，恰当地提出问题，在别人的言行及自身反应和判断之间进行区分；自信果断，便不愤怒或哑忍；学会合作，解决冲突和协商妥协的技巧。

## 童年经验对大脑的影响

本书提出，在童年期，人脑具有很强的可塑性，这说明童年期的经验将会对个体以后神经通道的塑造产生持久的影响。

哈佛大学知名发展心理学家杰罗姆·卡恩的研究为情商的培

养提供了有力的支持，卡恩认为人的气质至少可以分为4种：胆怯、大胆、乐观和忧郁，每种气质类型取决于大脑活动的不同模式，其以情绪神经回路的内在区别为基础。比如谨慎的汤姆和大胆的拉夫之间的区别在于以杏仁核为中心神经回路的兴奋性。像汤姆这种容易害怕的人，天生就具有容易唤起杏仁核神经回路的神经化学机制，因此他们倾向于回避不熟悉、不确定的情况，而容易感到焦虑。而像拉夫这种人，他们的神经系统对杏仁核唤起的设定标准较高，因此，不容易害怕，更加自如外向，而且渴望探索新的地方和结识新的人群。

卡恩认为，童年经验可以从积极的方向改变个体的气质类型。同样，童年时期父母的教育方式会把孩子的气质导向积极的方向。书中以母亲对一岁左右婴儿在其可能做有害事情时的不同态度为例，指出严格的母亲会减少孩子的恐惧。原因在于母亲出于善意，保护过度反应的婴儿免受挫折和焦虑，反而加深了婴儿的不确定感，起到了反作用。也就是说，由于保护策略剥夺了胆小婴儿面对不熟悉情景时学习保持镇定、对恐惧情绪加以控制的机会，结果起到了适得其反的作用。从神经病学的角度来说，这就相当于孩子的前额神经回路失去了学习对反射怕恐惧作出不同反应的机会，他们的恐惧倾向反而通过重复得到了加强。

由此可见，基因本身不会决定行为，我们的环境、经验和知识塑造了我们的气质倾向。情绪智力不是天生的，通过正确的学习可以得到改善。而童年是情绪教育的关键时机。

人脑在个体出生时并没有完全发育成形，人脑在人出生后继续生长发育，童年期是大脑发育最迅猛的阶段，个人出生时大脑神经细胞，要比大脑成熟后保留的神经细胞多得多，通过所谓的“修剪”过程，大脑实际上抛弃了使用较少的神经元联结，而形成了最常用、最强有力的突触神经回路联结。通过修剪，去除无关的突触，也就是消除了“噪音”的成因，从而有效改善了大脑内信号与噪声的比例。这一过程经常发

生而且非常迅速，几个小时或几天就可以形成突触联结。个体的`经验，尤其是童年期的经验塑造了大脑。

关于经验对发育中大脑的影响，最生动的例证莫过于对“富老鼠”和“穷老鼠”的研究，“富老鼠”的笼子里有大量鼠类娱乐设施，“穷老鼠”的笼子里什么设施都没有。几个月之后，两种老鼠的差异非常显著，富老鼠的大脑更重，它们走迷宫时要比空老鼠聪明得多。

大脑的发育关键时期是青少年时期，人类大脑完全发育所需的时间是所有生物当中最长的，而对情绪生活非常关键的几个大脑区域是发育最慢的部位。感觉区域在童年期早期发育成熟，边缘系统在青春期发育成熟，而负责情绪自控、理解和巧妙回应的前额叶在青春晚期继续发育，直到16—18岁。

童年期和少年期不断重复的情绪管理习惯，本身会有助于大脑神经回路的塑造，因此，童年期是塑造一生情绪倾向的关键时期，童年期养成的习惯固化为基本突触神经网络，而且以后较难改变。由于前额叶对情绪管理具有重要意义，而且大脑这一区域的突触塑造过程既漫长又关键，这意味着在大脑精妙的设计中，孩子在此期间获得的经验会与情绪脑的神经回路产生持久的联系。

## 如何培养儿童情商

本书在情绪素养章节提到杜克大学项目：该项目主要是针对满腹怨恨、惹事生非的小学生培训，为期6—12周，这些男孩通过项目了解到，他们原以为是恶意的一些社会行为，实际上是中性或善意的。他们学会站在其他孩子的立场上了解别人怎么看待他们，以及其他孩子生气时在想什么，有什么感受。他们还通过模拟情景，直接学会了如何控制愤怒。控制愤怒的一个关键技巧是监控自身的情绪——意识到身体的感受，一旦对此有所察觉就加以控制，考虑下一步行为反应，而不是冲动地发泄出来。该项目的设计者在项目结束三年后，

跟踪受训男孩，发现他们在课堂上没有那么捣蛋了，进入青春期后的攻击性就越低。

以此案例为基础，结合本书内容，在对儿童的情商培养建议从以下几个方面入手：

第一，教会孩子认知情绪，包括自己的情绪及他人的情绪。情绪的辨识是情绪管理的核心，比如有些肥胖的人无法区分害怕、愤怒和饥饿感，他们把这些感受一概看成饥饿的信号，因此他们一旦出现情绪不安就会饮食过量；比如无法抓住关键信号是不受欢迎孩子的典型特征，被排挤的儿童通常会把别人的无心之失看成敌意，胆小、焦虑、害怕社交。

第二，让孩子学会换位思考。

换位思考是指站在他人的立场和角度思考问题。换位思考有两种：第一种将自己曾经经历过的情绪投射在他人身上（人们通常采用的方法），这种方法是同理心的基础，但也存在一个弊端，情绪产生的原因、情绪的强烈、情绪的处理方法都是因人而异的。例如在安慰别人的过程中，这种情况很容易导致“安慰自己”。第二种则是站在解决问题的角度，尽量使自己的情绪不受到他人消极情绪的感染，采用一些技巧或方法进行处理。如好朋友失恋后，闺蜜安慰的正确打开方式是抱着她，静静地听她诉说就可以了。

第三，教导孩子积极、乐观，要让孩子学会用积极的心态看待困难，不能放任焦虑、悲伤和愤怒等情绪，可以通过想法改变自己的感受，这相当于提前注射心理疫苗。

第四，让孩子接受专业的训练。早期的情商教育可以对情绪问题起到预防作用，提高情绪竞争力。因此，建议家长可以给孩子选择专业的训练机构，重点培养孩子的情绪技能，包括：自我意识；识别、表达以及管理感受；冲动控制和延迟满足；处理压力和焦虑。

很多时候情绪课程乍看之下似乎平淡无奇，无法解决严重的社会问题，这主要是情绪课程和良好的家庭教育一样，在一定的年限内持续不断地传授给儿童，从小处着眼，但效果很显著。随着时间的推移，情绪学习慢慢变得根深蒂固：经验不断重复，大脑神经通道得到强化，形成神经习惯，在遭受强迫、沮丧、伤害时加以运用。日常的情绪素养课程看起来无足轻重，但结果“得体的行为”对我们未来的影响非常显著。

## 成人的情商培养

由于大脑发育特点决定了儿童时期的情商学习具有更高的价值，但情商在成年人也是可以训练的，只是改变通常是困难的，也是痛苦的，更不是一蹴而就的。而情绪的改变难度更大，是要改变脑区中的神经回路，即用新的刺激不断练习从而建立新的神经回路，用新的神经回路代替旧的神经回路。如一幢房子，只有当新的物品进来以后，旧的物品才会被清理掉。如心直口快的人，在对话时许多语言会脱口而出对别人造成伤害而不自知，强化练习就是每次在脱口而出的时候给自己几秒钟的缓冲时间，认真思考怎样换一种平和的表达方式。要改变以前的习惯，需要大量的反复练习，需要和自己的本性作斗争，需要和自己的情感打持久战。

愿我们都能成为一个高情商的人！

## 销售就是要玩转情商读后感篇五

一提起销售很多人都敬而远之，觉得很神秘莫测，认为只有口才好、性格外向的人才适合做销售。其实，这种认识是有偏差的，不够客观精准。

这本书的作者姜得祺曾为多家世界一流企业提供服务，现为跨国集团公司首席顾问，在销售方面积累了丰富的经验，经过梳理与汇总，遂成就了此书。

总结来看，这本书中提到的销售沟通技巧主要分为四个方面：

### 1、了解客户是怎样的人，真正需求是什么

销售之前要做的就是察言观色，辨别客户是怎样的性格特点，从而决定该怎么说。还要探究客户的真正需求，不至于南辕北辙、隔靴搔痒。

客户性别不同，成交的话术也不一样。客户性格特点多种多样，有沉默寡言的，挑剔找刺的，一毛不拔的，犹豫不决的，这本书都给出了应对的方法。

关于如何掌握客户的真正需求，书中提出了六种方法帮助我们引出客户的真需求，挖掘客户的善潜在消费力，找出客户的隐藏性需求等。

### 2、通过多种方法说服客户，达成交易

要实现交易过程，就要学会运用各种沟通技巧，说到客户的心坎上，赢得客户的信赖，进而购买。

那么怎么才能一击即中，说到客户的心坎上呢？要做到说重点，让产品的优势与客户的利益联系起来，讲拥有产品后的美好生活，还要学会赞美客户，给足客户面子，让客户感觉自己被看重，这样客户会愉快地进行购买消费。

要想赢得客户的信赖，首先要做到权威，你自己就是产品权威的专家，权威数据也很有说服力。另外不要把产品说得太完美，偶尔坦言产品的一些无关痛痒的小问题会让客户觉得你真诚靠谱，也更容易放心安心。

### 3、销售过程中遇到棘手情况怎么办

销售过程不可能一帆风顺，会有许多意想不到的情况发生，

这就需要依据实际状况见招拆招，随机应变，灵活调整。

比如客户讨价还价该怎么说？《销售就是要玩转情商》这本书中作者提出说服客户是有绝招的，报价也有一定的技巧。客户讨价还价时要学会说不，还能根据客户喜好决定价位的浮动。

再比如客户找理由拒绝怎么挽回单子？作者告诉我们有抱怨的地方就有生意，客户决绝也可以巧妙化解。有时向客户交底，客户就不好意思再次拒绝。幽默诙谐也可以活跃气氛，打破尴尬与僵局，给人欢乐、希望，从而化解客户的拒绝。

#### 4、产品卖出后怎样保持售后服务

产品并不是卖出去就万事大吉了，真正有眼光的销售看重的是长远的交易，及客户在亲朋好友中的口碑传播。因此，做好售后服务变得特别重要，是决定你能走多远的重要因素。

书中提出了诚信服务、落实服务承诺、积分回馈等方法让客户用的安心放心，赢得回头客，培养客户的忠诚度。此外，还要勇于向客户低头认错，辨别真伪与异议，积极解决问题。互惠互利的销售模式也会让客户觉得你很靠谱。

也许有些人认为自己不是做销售的，没必要了解和掌握销售中的沟通技巧。其实不然，我们自己又何尝不是一个产品，与陌生人沟通交流的过程就是我们介绍自己、“推销”自己的过程，因此《销售就是要玩转情商》这本书同样适用于日常生活中的每个人。

比如我们与陌生人建立联系之前，先了解对方是怎样的人，喜欢或看中什么。这样很容易聊得投缘，说中对方的心声，让对方畅所欲言，我们对其他人的了解也更进一步。

再比如想给人以靠谱的印象，就要在专业上成为权威，还有

就是不能把话说得太满，也不要装作很完美的样子，以积极的心态对待异议，善于倾听，赢得对方的信任。

还比如与人交往不是一锤子买卖，要考虑长期的沟通与交流。因此，需学会后续的联系，定期交流聊天，维系彼此的感情，建立长期的稳定的交往关系。

销售是一门学问，也是一门艺术，有一定的指引就会事半功倍，收到良好的效果。这本书若能时时翻看，定能常读常新，给我们提供相应的方法、技巧，让沟通不再是一个难题！