

<<开单王>>

图书基本信息

书名：<<开单王>>

13位ISBN编号：9787111398196

10位ISBN编号：711139819X

出版时间：2012-10

出版时间：机械工业出版社

作者：肖晓春

页数：245

字数：399000

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：<http://www.tushu007.com>

## <<开单王>>

### 内容概要

对于销售人员而言，肖晓春所著的《开单王(销售特种兵训练白金版)》将助你成为“开单王”，创造之前3倍5倍10倍的业绩和收入！

对于门店老板而言，《开单王(销售特种兵训练白金版)》将助你培养多位“开单王”，帮您快速飙升业绩、做旺一家门店、一方市场！

！

对于商场超市或品牌公司而言，本书将助你培养一批“开单王”，为您带旺一个大型商超或者撑起一个全国畅销品牌！

！

！

<<开单王>>

作者简介

肖晓春 著名营销教练，连锁实战专家 智本家学院、智本家咨询合伙人  
北京师范大学特许经营学院客座教授 北大、清华、中大总裁班授课导师 广东省商业联合会首席培训师 中国营销学会及多个行业协会专家顾问  
【开单王】拓客悦客留客训练创始人 【终端王】业绩100%达成培训首席导师 【连锁王】标准化管理咨询系统总顾问

## &lt;&lt;开单王&gt;&gt;

## 书籍目录

## 客户满意成就开单王

## 第1章 信念力

## 1.1 成为开单王的秘密

## 1.1.1 一定要做开单王

## 1.1.2 像开单王一样思考和行动

## 1.2 做“发光体”不做“黑洞”

## 1.2.1 你是“发光体”还是“黑洞”

## 1.2.2 把关注点放在你想要的事情上

## 1.2.3 使用正面语言

## 1.3 让客户喜欢你你就对了

## 1.3.1 让客户购物全程开心愉悦

## 1.3.2 说客户喜欢听的，听客户喜欢说的

## 1.3.3 因为有你在，客户才再来

## 1.4 宁可白做，不可错过

## 1.4.1 把每个客户都视为大客户

## 1.4.2 永远比别人多做一点点

## 1.5 客户拒绝正是成长的好机会

## 1.5.1 挑剔的客户是最好的老师

## 1.5.2 客户拒绝使我有了成长的机会

## 第2章 习惯力

## 2.1 望：察言观色读懂客户

## 2.1.1 客户购买力

## 2.1.2 客户购买兴趣

## 2.1.3 客户类型

## 2.2 闻：积极反馈引导客户多说

## 2.2.1 倾听什么

## 2.2.2 如何倾听

## 2.2.3 复述引导

## 2.3 问：提问前先设计好

## 2.3.1 如何提问才有效

## 2.3.2 收集信息，挖掘需求

## 2.4 切：切入客户频道

## 2.4.1 切入客户感兴趣的话题

## 2.4.2 为客户推荐合适的商品

## 2.5 动：带动客户互动

## 2.5.1 店里没客

## 2.5.2 客户进店

## 2.5.3 客户离店

## 第3章 悦客力

## 3.1 像关爱孩子一样关爱客户

## 3.1.1 亲切

## 3.1.2 哄

## 3.1.3 耐心

## 3.2 真心为客户的利益着想

## 3.2.1 提供满意的服务

## 3.2.2 为客户省钱

## <<开单王>>

### 3.3 开口说话先赞美

#### 3.3.1 寻找赞美点

#### 3.3.2 赞美技巧

#### 3.3.3 介绍产品前先赞美

### 3.4 你给客户面子，客户给你票子

#### 3.4.1 用语言给客户脸上贴金

#### 3.4.2 以动作提升客户的优越感

### 3.5 用心服务感动客户

#### 3.5.1 贴心关怀

#### 3.5.2 意外惊喜

## 第4章 产品力

### 4.1 产品卖点之“最”提炼

#### 4.1.1 不卖更好而卖不同

#### 4.1.2 产品“最”卖点提炼

#### 4.1.3 一句话产品开场白

### 4.2 产品解说两大法则

#### 4.2.1 FABE推介法

#### 4.2.2 构图讲解法

### 4.3 “三觉五动”产品演示

#### 4.3.1 视触听三觉刺激客户感官

#### 4.3.2 五动演示让客户迈不开腿

#### 4.3.3 巧用道具展现产品优势

### 4.4 客户体验及引导

#### 4.4.1 引导客户参与体验

#### 4.4.2 引导客户正面评价

### 4.5 包赢不输的竞品对比法

#### 4.5.1 产品优缺点对比法

#### 4.5.2 产品优势转化法

## 第5章 故事力

### 5.1 好故事胜过千言万语

#### 5.1.1 好故事=说服力

#### 5.1.2 好销售故事的三大标准

### 5.2 编演感人故事的黄金套路

#### 5.2.1 编销售故事七步曲

#### 5.2.2 讲好销售故事的四大技巧

### 5.3 设计销售故事的两大关键

#### 5.3.1 加入客户熟悉的元素

#### 5.3.2 引导客户参与其中

### 5.4 吸引客户注意的故事

#### 5.4.1 企业品牌故事

#### 5.4.2 产品卖点故事

### 5.5 打动客户买单的故事

#### 5.5.1 客户见证故事

#### 5.5.2 讲自己的故事

## 第6章 成交力

### 6.1 不销而售的成交策略

#### 6.1.1 与客户站在同一阵线

## <<开单王>>

- 6.1.2 让客户感觉占尽“便宜”
- 6.2 三招扭转客户拒绝
  - 6.2.1 顺：用“垫子”肯定客户的观点
  - 6.2.2 转：把客户注意力转移到价值利益上
  - 6.2.3 收：主动争取成交
- 6.3 价格异议处理
  - 6.3.1 前期询价：制约预防
  - 6.3.2 中期谈价：示弱+坚持
  - 6.3.3 后期还价：323法则
- 6.4 运用一切力量成交
  - 6.4.1 识别客户成交的信号
  - 6.4.2 成交的三个最佳时机
  - 6.4.3 常用成交八法
- 6.5 销售从交易结束开始
  - 6.5.1 一句话让营业额飙升15%以上
  - 6.5.2 五招让客户无后顾之忧留下联系方式
  - 6.5.3 老客户转介绍

#### 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:<http://www.tushu007.com>