

<<中国服装市场拓展第一书>>

图书基本信息

书名：<<中国服装市场拓展第一书>>

13位ISBN编号：9787111415602

10位ISBN编号：7111415604

出版时间：2013-3

出版时间：机械工业出版社

作者：孙强

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>

<<中国服装市场拓展第一书>>

内容概要

本书是专门讲服装渠道销售的，从理念、流程到方法，三位一体，全面提升你的服装市场拓展功力。本书教授的方法来自作者10多年从做仓库保管员，到做单店经销商、二级经销商、省总代和品牌厂家的完整行业经历学习本书。

你将获得以下专业的系统提升

知道如何陌生拜访客户

知道在客户店铺里如何进行说话和提问

知道如何拿到老板的电话号码或者QQ号码

知道如何对客户进行第一次跟进

知道如何对客户进行第二次跟进和N次跟进

知道如何开发省总代客户的特殊方法

知道如何陌生拜访商超经理

知道如何判断客户的心理阶段，做到精准跟进

知道如何判断客户的性格类型，做到精准跟进

知道如何给客户打销售电话

知道如何与客户进行QQ商务交流

知道如何接待客户来访和接听陌生来电

知道如何抓住订货会客户接待的七个关键

知道如何应对客户的常见问题和六大异议处理技巧

知道如何与客户签约和签约后的跟进

.....

<<中国服装市场拓展第一书>>

作者简介

孙强，草根销售人。

从仓库保管员做起，多层岗位历练。

有单店经销商、区域经销商、省总代和品牌厂家的完整操盘经历。

孙强老师长期专注中国服装市场的开发、建设、管理和研究，足迹遍布祖国大江南北。

熟悉包括北京、郑州、西安、成都、沈阳、乌鲁木齐、南昌、广西、昆明、贵阳、浙江、江苏等在内的全国服装代理、批发和零售市场。

有超过13 000位客户的一对一陌生拜访记录和实战。

独创“服装店铺陌生拜访技术”和“服装电话销售技术”。

中国服饰营销网——专栏作家。

中国营销第一刊——《销售与市场》特约撰稿人。

中国服装行业“实战+理论”双栖型营销专家。

<<中国服装市场拓展第一书>>

书籍目录

- 推荐序一 都是“干货”
- 推荐序二 销售的成功之道
- 自序 接地气的干货才有价值！
- 一从理念、流程到方法
- 第一章 你适合做市场拓展吗 / 1
- 第一节 关于市场拓展, 你知道多少 / 2
- 一、市场拓展与终端销售的区别 / 3
- 二、我国服装市场战略制高点 / 4
- 三、国内一线、二线、三线城市划分 / 6
- 四、服装六大品类—品牌江湖谱 / 8
- 第二节 为什么要拓展武林路 / 19
- 一、了解竞争品牌, 知己知彼 / 20
- 二、战胜恐惧心理, 提高自信 / 20
- 三、储备销售人才, 建立关系 / 22
- 第二章 陌生拜访, 建立信任 / 27
- 第一节 坚持四个准备不动摇 / 28
- 一、道具准备 / 28
- 二、形象准备 / 30
- 三、线路准备 / 33
- 四、精神准备 / 34
- 第二节 店铺类型和开发市场的“五先五后”原则 / 35
- 一、店铺类型 / 35
- 二、市场开发的“五先五后”原则 / 37
- 第三节 现场准备、开场白和面谈话术 / 41
- 一、现场准备 / 41
- 二、开场白和面谈话术 / 42
- 第四节 13种方法拿到老板的电话 / 55
- 第五节 国内服装省总代市场及其拓展方法 / 65
- 一、国内主要服装批发代理市场 / 66
- 二、如何拓展省总代市场 / 75
- 第六节 全国性、区域性商超系统及其拓展方法 / 84
- 一、全国性商超系统名单 / 85
- 二、区域性商超系统名单 / 87
- 三、商超的拓展方法 / 90
- 第三章 销售跟进, 客户承诺 / 101
- 第一节 第一次销售跟进, 争取客户承诺 / 102
- 一、对单店客户的第一次跟进 / 103
- 二、对省总代客户的第一次跟进 / 109
- 三、对商超客户的第一次跟进 / 111
- 第二节 第二次销售跟进, 争取客户承诺 / 115
- 一、客户分级ABC管理法 / 116
- 二、对A、B、C三级客户的第二次跟进 / 117
- 第三节 判断客户处在哪一个心理阶段, 精准跟进 / 126
- 一、第一阶段: 满足现状阶段 / 127
- 二、第二阶段: 认知问题阶段 / 129

<<中国服装市场拓展第一书>>

- 三、 第三阶段：决定改变阶段 / 131
- 四、 第四阶段：权衡需求阶段 / 136
- 五、 第五阶段：明确需求阶段 / 139
- 六、 第六阶段：比较评估阶段 / 144
- 七、 第七阶段：决定购买阶段 / 146
- 八、 第八阶段：后悔选择阶段 / 148
- 第四节 判断客户属于哪一种性格类型，精准跟进 / 150
 - 一、 四种性格类型 / 151
 - 二、 四种性格类型主要特质与核心动机 / 152
 - 三、 四种性格类型的12种组合 / 154
 - 四、 四种性格类型客户的判断和应对策略 / 155
- 第五节 如何给客户打销售电话 / 159
 - 一、 电话销售的两大基本功 / 160
 - 二、 四种类型客户电话语言特点及应对 / 164
 - 三、 第一次打陌生电话 / 168
- 第六节 如何与客户进行QQ交流 / 178
 - 一、 QQ外观、空间、相册和日志 / 179
 - 二、 你加客户的QQ / 181
 - 三、 彼此加QQ已经通过 / 182
 - 四、 QQ交流话术模板 / 185
- 第四章 商务接洽，签约合作 / 193
 - 第一节 客户签约的五大条件 / 194
 - 一、 需要 / 194
 - 二、 信任 / 195
 - 三、 价值 / 196
 - 四、 能力 / 197
 - 五、 时机 / 198
 - 第二节 展厅客户接待、陌生电话接听应对技巧 / 199
 - 一、 展厅客户接待三种情形应对技巧 / 200
 - 二、 陌生电话接听的四种技巧 / 206
 - 第三节 订货会接待的七个关键 / 212
 - 第四节 客户常见问题与六大异议处理技巧 / 219
 - 一、 问题产生的三种原因 / 219
 - 二、 与客户交流的语言流程 / 219
 - 三、 客户常见问题处理技巧 / 221
 - 四、 客户六大经典异议处理技巧 / 228
 - 第五节 选择经销商的标准和成交方法 / 239
 - 一、 选择经销商标准 / 240
 - 二、 发现客户的成交信号 / 245
 - 三、 成交的三种实用方法 / 246
 - 四、 成交后的三条短信 / 249
- 后记 关于网络渠道 / 252
- 致谢 感恩的心，感谢有你！
/ 261
- 附录 国内主要城市商超名单 / 263
- 参考文献 / 272

<<中国服装市场拓展第一书>>

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>