

<<电话行销的100个关键细节>>

图书基本信息

书名：<<电话行销的100个关键细节>>

13位ISBN编号：9787115167057

10位ISBN编号：7115167052

出版时间：2007-10

出版时间：人民邮电

作者：宿春礼

页数：224

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>

<<电话行销的100个关键细节>>

内容概要

每一名电话行销人员都渴望成功，可有的人却无法到达成功的彼岸，有一个很关键的原因就是他们忽略了电话行销的关键细节。

本书正是为了能够提高电话行销人员掌握细节的技巧而编写的，其中包括了电话行销全过程中最为关键的100个细节问题。

如果你能在电话行销中注意到本书所建议的关键细节问题并且运用其中的技巧，那么相信你的电话行销水平一定会迈向一个新的台阶。

本书语言流畅、案例生动，每个细节之后都配有相应的实践练习，可读性和互动性很强，适合电话行销人员、其他销售人员及销售主管阅读。

<<电话行销的100个关键细节>>

书籍目录

第一章 电话行销不打无准备之仗 1 细节1 建立电话资料库 3 细节2 利用互联网找寻客户名录 5 细节3 利用客户寻找客户 7 细节4 从专业报纸杂志上获取客户名录 9 细节5 将产品资料放在面前 10 细节6 把要拨打的50个电话号码贴在电话机旁 12 细节7 记熟别人的名字 14 细节8 为成功行销定计划 16 细节9 掌握客户公司资料 19 细节10 投石问路,先给客户寄一份资料 22 第二章 电话行销的无形资本 27 细节11 充分利用声音的感染力 27 细节12 让电波传递你的微笑 29 细节13 用快乐打动别人 31 细节14 对着电话深呼吸放松自己 33 细节15 “归零心态”赢得客户 34 细节16 不要在午休时间打电话 36 细节17 别忘记说再见 37 细节18 别让客户等你 39 细节19 对客户热情,客户才会喜欢你 41 细节20 让客户听出你的自信 42 细节21 真诚如春风化雨 45 细节22 确认对方已挂断电话,你再放听筒 47 第三章 电话行销从突破障碍开始 51 细节23 三分钟提案突破秘书关 51 细节24 三条短信之后,再拨打电话 54 细节25 三句话突破客户拒绝 56 细节26 记录障碍,然后解决掉它 58 细节27 摆高姿态,强渡难关 60 细节28 强调好处,而非特点 62 细节29 用“回电”避开前台,找到决策人 65 细节30 态度积极,让接听人与你互动 66 细节31 以沉默气势突破难关 67 细节32 误导接听人不要过多提问 69 细节33 利用暧昧信息防止泄露底牌 71 细节34 尝试与秘书结盟,把他们当作拜访人 73 第四章 电话行销沟通细节 77 细节35 如何在困境中实现电话预约 77 细节36 利用第三者介绍说出开场白 79 细节37 每天都要保持足够的电话量 81 细节38 说服别人不要超过10分钟 83 细节39 挑选客户方便的时间打电话 85 细节40 对非专业客户少用专业术语 88 细节41 倾听获得理解 90 细节42 话,要简明扼要 93 细节43 话,应适可而止 94 细节44 经常给你的大客户发短信 96 细节45 好记性,不如烂笔头 98 细节46 透露产品价值的冰山一角,激发客户的好奇心 99 细节47 铃声响10次不算久 101 第五章 对客户的第一次电话拜访须知 105 细节48 声音清晰地自报家门 105 细节49 准确叫出对方公司的名字 106 细节50 第一次通话时间不要超过5分钟 108 细节51 恰当重复客户语言,把话说到对方心坎上 109 细节52 多提问引出客户需求 111 细节53 利用“台阶”取得预约 115 细节54 与客户建立亲和力 117 细节55 用“假设成交法”赢取客户 119 细节56 用共同话题提出谈话的“引子” 121 细节57 打电话不是要立即成交而是要赢得下一次拜访机会 123 细节58 “阴差阳错”之后要立即道歉 125 细节59 由电话行销人员决定拜访的日期 127 第六章 有效接听电话的细节 133 细节60 和同事聊天时,过3秒钟再接电话 133 细节61 有效回绝电话的技巧 134 细节62 切勿含糊乱语用错小聪明 136 细节63 对经常打电话的客户,回答要力求统一 139 细节64 客观评价竞争对手 140 细节65 巧妙应对喋喋不休型客户 142 细节66 转接电话也要问清对方的联系方式 144 第七章 与不同性格的人在电话中谈判 149 细节67 与无所不知型的客户谈判应耐心做听众 149 细节68 与左脑型的客户谈判应多同意他们的观点 150 细节69 与右脑型的客户谈判应趁热打铁 153 细节70 与全脑型的客户谈判应小心谨慎 155 细节71 与果断型的客户谈判要善用诱导法 157 细节72 与心胸开阔型的客户谈判要从商业角度出发 158 细节73 与难以满足型的客户谈判先接受他们的指责 160 细节74 与以自我为中心型的客户谈判应迎合其自尊心 162 细节75 与犹豫不决型的客户谈判应提供惟一选择 163 第八章 电话行销成交细节 169 细节76 克服成交恐惧心理 169 细节77 将客户需求转化为卖点 171 细节78 利用认同心理促成交易 173 细节79 最后期限成交法 175 细节80 利用误听试探法成交 177 细节81 以退为进成交法 178 细节82 利用数字化技巧介绍产品 180 细节83 妙用激将成交法 182 细节84 让“反对问题”成为卖点 183 细节85 强调“现在买”的好处,促进成交 186 细节86 等待客户决策,要有信心 187 细节87 成交时候的常用语 189 第九章 电话行销的收尾处理 193 细节88 “送货上门”服务赢得更多客户 193 细节89 用积极的心态对待暴单 194 细节90 经常与客户电话联系 197 细节91 赠送小礼品给未成交的客户 199 细节92 及时追踪产品售后问题 201 细节93 明确规定账款回收办法 203 细节94 用电子邮件经常与客户保持联系 206 第十章 电话行销的投诉处理 211 细节95 耐心应对暴跳如雷的投诉者 211 细节96 24小时内给出补救措施 213 细节97 用真诚化解误会 215 细节98 向客户征求解决的办法 218 细节99 用合作的态度避免争执 219 细节100 立即回复50%的顾客投诉 221

<<电话行销的100个关键细节>>

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>