第一图书网, tushu007.com

<<汽车这样卖才对>>

图书基本信息

书名：<<汽车这样卖才对>>

13位ISBN编号：9787115204073

10位ISBN编号：7115204071

出版时间：2009-3

出版时间：人民邮电出版社

作者：刘体国

页数：212

字数：120000

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

前言

汽车销售是容易创造销售奇迹的黄金领域。
世界著名的营销大师乔·吉拉德就是一位汽车销售人员，在15年的汽车销售生涯中，他以零售的方式销售了13 001辆汽车，其中六年平均售出汽车1300辆。
乔·吉拉德所创造的汽车销售最高纪录至今令销售从业者仰慕。
汽车市场在我国也正值高速成长期，市场的前景无疑令人心动。
随着汽车销售行业竞争的加剧和国内汽车消费者的日益成熟，从事汽车销售业务的人员越来越多，从而使得汽车销售工作的难度也越来越大。
汽车销售人员常常感到迷茫和困惑：　　为什么购车者频频只看不买？
为什么我越殷勤，客户越疏远？
为什么车型条件与客户要求差不多，客户还总在犹豫？
为什么好不容易要达成的交易，在即将成交的时候，客户却突然变卦？
为什么别人的业绩总比我高？
为什么做汽车销售人员这么难……　　这一切只能从自己身上寻找答案！
汽车是大宗商品，促成汽车成功销售的要素往往十分复杂，导致客户内心变化的内外在条件极多。
除了汽车性价等自身因素外，你的业绩不理想可能是你的韧劲不够、你的态度不佳、你的形象不好、你的服务不周、你的反应不快、你的技艺不精、你的工作不细……你让客户产生了疏离，你让客户产生了疑虑，你让客户产生了畏却，你让客户产生了反感……

内容概要

本书针对汽车销售人员在售车过程中遇到的各种情境，有针对性地介绍了各种销售方法和技巧，内容全面而实用。
书中包括汽车销售人员塑造自身形象的技巧、接近客户的技巧、说服客户的技巧、与客户沟通的技巧、展示与介绍汽车的技巧、应对客户异议的技巧、促成交易的技巧和售后跟踪服务的技巧，包罗万象，事无巨细。
　　本书汇集了众多汽车销售人员的销售经验和技巧，可以帮助汽车销售人员迅速提升汽车销售技能。
全书结构合理，内容通俗易懂，图文并茂，书中配有大量情境模拟和实际案例，有助于汽车销售人员深入领会，快速吸收。
　　本书将助你破茧成蝶，让你在最短的时间内掌握销售汽车的技巧，创造一流的汽车销售业绩，成为汽车销售高手。

<<汽车这样卖才对>>

书籍目录

第一章　汽车销售人员的基本素质　　第一节　塑造良好的形象吸引客户　　第二节　用规范、得体的语言赢得客户的好感　　第三节　心态决定成败——好心态才有好业绩　　第四节　对你的车要了如指掌　　第五节　转变观念——你的工作不是卖车，而是帮客户买车　　第六节　具备丰富的汽车专业知识和销售知识　第二章　接近客户，激发客户的需求　　第一节　接近客户前先做好市场分析　　第二节　在客户进来的前三分钟不要骚扰他　　第三节　密切关注客户发出的接近信号　　第四节　客户今天不买车，未必明天不买　　第五节　他打算买桑塔纳，但他也许更需要帕萨特　　第六节　客户的动机你要猜　　第七节　声东击西，化解客户的戒心　　第八节　瞄准消费决策者　　第九节　学会与不同类型的客户打交道　　第十节　灵活应对客户的不同反应　第三章　用汽车说服客户　　第一节　将汽车的优势转换成客户的利益　　第二节　一个都不能少——汽车展示要点　　第三节　六方位绕车介绍法　　第四节　展示说明要讲究方法　　第五节　有技巧地推荐、介绍你的汽车　第四章　用试乘、试驾拴住客户　　第一节　试乘、试驾，让客户亲身感受　　第二节　一看——一个都不能少　　第三节　二摸——手感也是评判标准　　第四节　三听——依靠声音识别发动机的好坏　　第五节　四开——让客户试驾　　第六节　五停——检查发动机和水箱温度　　第七节　新手客户试驾，试出“放心车”　第五章　有效应对客户的异议　　第一节　不怕拒绝，正确对待异议　　第二节　追根溯源，找出客户拒绝的原因　　第三节　掌握客户异议的类型　　第四节　把握客户异议的处理时机　　第五节　用反驳法处理客户异议　　第六节　用间接否定法消除客户异议　　第七节　用补偿法平衡客户异议　　第八节　用询问法化解客户异议　　第九节　用转化法解决客户异议　　第十节　用推迟处理法化解客户异议　　第十一节　用预防法“扼杀”客户异议　　第十二节　用不理不睬法“忽视”客户异议　　第十三节　用举例说明法消除客户异议　第六章　促进成交，完美签单　　第一节　别让自己成为成交的绊脚石　　第二节　正确报价，注重方法　　第三节　适时请求，直接成交　　第四节　适当优惠，让步成交　　第五节　激将成交法——请将不如激将　　第六节　从众成交，煽起攀比之心　　第七节　激发客户的购买欲望　　第八节　密切关注成交信号　　第九节　抓住成交的最佳时机　　第十节　适时提出购买建议　　第十一节　把握成交，掌握要领　　第十二节　临门一脚，促成签单　　第十三节　巩固跟进成果，促成交易　　第十四节　有备而战，按步交车　第七章　成交只是成功的开始　　第一节　做好客户的汽车顾问　　第二节　永远把客户放在第一位　　第三节　做好跟踪，扩大战果　　第四节　正确对待交易失败　　第五节　有效处理客户的投诉

章节摘录

（1）在我国，正在不断壮大的汽车消费市场具有市场容量极大的特点。
从发达国家汽车市场的发展历史和我国近几年的国家政策与汽车销售数量的增长情况来看，我国的私人汽车消费市场在不断壮大，而且将成为我国汽车消费的主要市场。
（2）汽车消费者购买的汽车属耐用的选购品。
消费者在挑选和购买过程中，对汽车的适用性、质量、价格、式样等特性非常重视。
因此，他们在购买汽车产品时，往往会跑多家车行去比较其品质、价格或款式。
（3）我国汽车消费者对汽车的购买，绝大多数属小型购买，即购买数量很少。
（4）我国汽车消费者范围广、人数多。
消费者的购买行为因年龄、收入、地理环境、气候条件、文化教育和心理状况等的不同而呈现出很大的差异性。
因此，汽车企业在组织货源时，要对整个市场进行细分，区别对待。
（5）大多数汽车消费者都缺乏汽车方面的专业知识。
对一般的消费者来说，他们很难判断各种汽车产品的质量优劣或质价是否相当。

编辑推荐

《汽车这样卖才对销售高手的N个签单技巧》有N个签单技巧助你决胜千里，成为销售高手不再是梦想。

日出而作，日落而息，心力交瘁，订单难赢……　为什么大多数客户只看不买？
为什么我越殷勤，客户越疏远？
为什么工的工作做得这么到位，客户还是挑三拣四？
为什么产品与客户要求差不多，客户还总在犹豫？
为什么好不容易要达到的交易，在即将成效的时候客户却突然变卦？
为什么别人的业绩总比我高？
为以做销售员这么难？
……　想改变现状吗？
赶紧翻开《汽车这样卖才对销售高手的N个签单技巧》吧，让你在最短的时间内掌握N个销售技巧，突围市场困局，突破自身局限，卖得又多又快又轻松！

第一图书网, tushu007.com

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