

<<终端是金>>

图书基本信息

书名：<<终端是金>>

13位ISBN编号：9787121173684

10位ISBN编号：7121173689

出版时间：2012-9

出版时间：影响力商学院、易发久电子工业出版社 (2012-09出版)

作者：影响力商学院

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>

<<终端是金>>

内容概要

《终端是金：门店促销与现场销售的8大策略（修订版）》是“影响力思想库·顶尖销售系列”之一。

本书紧紧围绕门店促销与现场销售，详细介绍了促销员的16项修炼、做好促销的准备工作、初步接触潜在顾客、细心揣摩顾客的需求、热情介绍并演示产品、巧妙处理顾客异议、抓住时机与顾客成交、完美促销的最后4项工作等8大策略。

本书以案例说明理论，强调实战，为希望创造高效业绩的销售人员提供大量实操性的工具和表格，可拿来即用；语言通俗易懂，论述深入浅出，是一本实用性极强的销售工具书与培训手册。

<<终端是金>>

作者简介

易发久，影响力教育训练集团董事长，中国培训协会理事长，上海江西商会副会长，上海市演讲学研究会常务理事、培训专业委员会主任，“中国培训论坛”组委会执行主席，影响力商学院院长，上海师范大学教授。

图书作品：《领袖的风采》、《基本功》、《不是不可能》、《成功一定有方法》、《易发久九大管理理念系列》（共9册）等。

音像作品：《领袖的风采》、《卓越团队共同理念》、《学习改变命运》、《双赢的沟通——同理心》、《有梦就会实现》、《决定你一生的21个信念》、《如何规划成功人生》、《创造力训练——头脑风暴》。

书籍目录

目录 策略1促销员的16项修炼 1 1.1促销员应有的3种意识 2 工具促销员4S服务原则 8 案例讨论出乎意料的态度 11 1.2促销员必备的3大能力 12 工具促销员综合能力训练方案 18 案例讨论尴尬的促销员 19 1.3促销员的4项礼仪要求 19 工具促销员仪表礼仪自检表 20 案例讨论一笔巧妙的账 26 1.4促销员必备的6类知识 27 工具促销员工作职责与规范 29 案例讨论手机促销员准备充分吗 32 本章小结 33 策略2做好促销的准备工作 34 2.1铺货到终端的5个关键点 35 工具终端铺货情况检查表 43 案例讨论如此歧视铺货能否成功 44 2.2吸引顾客的6种定价方法 45 工具吸引顾客的6种定价方法 45 案例讨论西服店分阶段折扣促销为哪般 46 2.3选择最适宜的促销手段 47 工具赠品管理工作表 52 案例讨论一次冷饮促销活动 55 2.4营造促销氛围的3种手段 56 工具促销现场的布置 56 案例讨论一次彩电促销的氛围布置 58 2.5有利于产品销售的陈列 59 工具常见的6种错误陈列 59 案例讨论手机机模的陈列 64 本章小结 66 策略3初步接触潜在顾客 67 3.1了解顾客的3个方面 68 工具顾客的购买行为阶段及其特征 71 案例讨论未来最具消费潜力的群体并非“有钱人” 72 3.2接近顾客的5大原则 73 工具促销员热情相迎自检表 75 案例讨论热情的小刘为什么销售没有成功 77 3.3接近顾客的3大关键 79 工具促销员接近顾客的8种方法 83 案例讨论促销员错在哪里 84 本章小结 85 策略4细心揣摩顾客的需求 86 4.1仔细探察, 看出顾客需求 87 工具向顾客推荐产品的5大要领 90 案例讨论着急的促销员 90 4.2耐心询问, 问出顾客需求 91 工具问题性询问准备表 94 案例讨论两个老板娘有何不一样 97 4.3认真倾听, 听出顾客需求 98 工具真正理解顾客讲话含义的5个途径 102 案例讨论刘先生为何没购买 103 本章小结 104 策略5热情介绍并演示产品 105 5.1介绍产品的方法和技巧 106 工具不同产品的介绍技巧 110 案例讨论手机促销员是如何促销成功的 111 5.2演示产品, 展示卖点 112 工具SWAY演示技巧规范表 119 案例讨论一次成功的保暖内衣演示 121 本章小结 122 策略6巧妙处理顾客异议 123 6.1顾客异议产生的原因和常见类型 124 工具8种顾客异议比较表 125 案例讨论顾客的异议从何而来 126 6.2有效处理顾客异议 127 工具处理顾客异议时常犯的5种错误 133 案例讨论促销员转移话题巧妙应对顾客异议 133 6.3处理顾客异议的方法和技巧 134 工具促销员对不同类型异议的处理技巧 140 案例讨论杂志促销员如何应对没时间的顾客 142 本章小结 144 策略7抓住时机与顾客成交 145 7.1促成交易, 把握时机 146 工具顾客有意成交的行为信号 148 案例讨论促销员的理由充分吗 150 7.2促成交易的方法和技巧 151 工具面对不同性格的顾客的成交技巧 151 案例讨论刘先生为什么促销成功 156 本章小结 157 策略8完美促销的最后4项工作 158 8.1积极进行附加销售 159 工具附加销售的注意事项 162 案例讨论小李为什么多买了衣服 162 8.2帮顾客办理相关手续 163 工具帮助顾客办理付款手续时的行为和语言标准 164 案例讨论产品没效果谁之错 165 8.3热情提供售后服务 166 工具促销员处理投诉的7个步骤 168 案例讨论不符合退货条件怎么办 169 8.4礼貌送走顾客 170 工具促销员送别顾客的标准言行 173 案例讨论促销员无礼丢生意 173 本章小结 174 后记 175 参考文献 177

<<终端是金>>

章节摘录

版权页：插图：这是一个典型的缺乏顾客意识的例子，不仅丢了人气，而且丢了生意。

3.成本意识 促销员要有成本：意识，任何产品的损失都会增加公司的成本。

为此，在工作中，促销员要提高警惕，防止一些不规矩的人随手带走产品，或者自己不小心给顾客多装了产品。

同时，还要确保产品的安全，要把那些展示贵重产品的展柜和小库上锁，同时还要将商店的票据、凭证、印章和自行保管的备用金、账款等都入柜上锁。

另外，还需认真做好安全检查工作，不能看一丝一毫的麻痹大意，特别要注意将所有应切断的电源切断，以免发生火灾。

在离开商店之前，促销员还应认真地再检查一遍，以杜绝隐患，确保商店财物的安全。

4.品质意识 促销员要有品质意识。

这里的品质包括两个方面的内容：一方面是产品的品质，另一方面是服务的品质。

对于产品的品质，促销员要保证交到顾客手里的产品是完好无损的。

对于服务的品质，促销员要特别注意的是售后服务的品质。

许多促销员认为顾客交钱就万事大吉了，其实，在成交之后，促销员应当将产品包装好，双手交给顾客，欢迎他再度光临，最好能送顾客到门口或目送顾客离去，以表示期待之意。

5.改进意识 促销员要有不断改进、不断进步的意识，要把顾客的意见、建议与期望都及时传达给企业，以便制定更好的经营和服务策略，刺激企业生产更好的产品，以满足顾客的需求。

文文是一个刚进入服装领域的促销员，她以前从来没有做过促销员。

文文不爱说话，但她工作很认真。

她每天回家后都会仔细回忆并整理当天的工作情况，同时利用一切机会征求顾客的意见和建议。

很快，文文就成为该企业最优秀的促销员，并且参考一名顾客的提议，为公司策划了一次成功的促销活动。

6.规律意识 销售的忙或闲、销售的淡旺季、不同时期产品的销售、不同顾客的需求等都是规律可循的。

促销员要在平时的工作中注意积累这些知识，以不断提高自己的素质。

以忙闲规律而言，在每天的营业时间中，各商店和展区、各柜台都有各自的营业忙闲规律，也就是说都有间隔的空闲时间。

促销员要把握住短暂的空闲时间，高效率地做好营业中的各种辅助工作。

反之，如果促销员缺乏这一观念，即使有很长的空闲时间，也只会白白浪费掉，在一定程度上会影响商店的服务质量。

<<终端是金>>

编辑推荐

《终端是金:门店促销与现场销售的8大策略(修订版)》以案例说明理论,强调实战,为希望创造高效业绩的销售人员提供大量实操性的工具和表格,可拿来即用;语言通俗易懂,论述深入浅出,是一本实用性极强的销售工具书与培训手册。

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>