

<<销售应该这样说>>

图书基本信息

书名：<<销售应该这样说>>

13位ISBN编号：9787122094148

10位ISBN编号：7122094146

出版时间：2011-1

出版时间：化学工业出版社

作者：王宝玲

页数：230

字数：211000

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>

<<销售应该这样说>>

前言

不论你是刚刚踏进销售行业的新手，还是已经在销售行业摸爬滚打多年的销售老将，我想你一定都会为一件事情而苦恼，那就是：客户的拒绝。

客户的拒绝是销售员最不愿意面对却又经常面对的问题。

当然，要想让每个客户都痛痛快快地购买我们的产品，那简直是天方夜谭！

但是，我们仍然可以利用我们的沟通能力和说话技巧减少被客户拒绝的次数。

在这里，我想向大家讲一个故事，它看似与销售毫无关系，但其实有着千丝万缕的联系。

七年前，随着神舟五号遨游太空的成功，杨利伟，成了众人心中的英雄。

后来，中央电视台《东方时空》做了一个“杨利伟怎样成为我国进入太空第一人”的节目，接受采访的航天局领导说了三个原因：一是杨利伟在五年多的集训期间，训练成绩一直名列前茅；二是杨利伟处理突发事件的能力特别强，在担任歼击机飞行员时，多次化解飞行险情；三是他的心理素质好，口头表达能力强，说话有条理、有分寸。

基于以上三个优势，杨利伟终于通过了从1600人到300人再到14人最后到3人的淘汰考验。

航天局领导还透露了这样一个细节，在最后确定三人为首飞候选人时，三个人各方面都非常优秀，难以取舍，但是考虑到作为我国第一个进入太空的宇航员，将要面对全世界的瞩目，会接受新闻媒体的采访，还会进行巡回演讲，所以才最后决定让口才好的杨利伟首飞。

说这个故事与销售没有关系是这两个行业风牛马不相及，说它又与销售有着千丝万缕的联系是因为他们有一个共同点：销售员因为好口才赢得客户的青睐，杨利伟因为好口才在我国首次进入太空的选拔中拥有了竞争的优势。

销售员懂不懂沟通、会不会说话与交易的成败有着非常大的关系。

同样的产品，卖给同样的对象，为什么有的人能卖出去，有的人不能卖出去？

为什么有的人卖得多，有的人卖得少？

归根结底是语言的魅力。

你说得不好，客户马上就能从你的话中找到疏漏之处，然后会毫不犹豫地拒绝你。

你说得滴水不漏，客户找不到拒绝你的理由，就有可能买下你的产品。

<<销售应该这样说>>

内容概要

本书随着目前企业之间竞争差异化的日益缩小，决定销售员业绩的已经不再是产品、服务、价格等客观因素，沟通能力已经成为一名优秀销售员的必备能力。

会沟通、会说话的销售员，不仅能打开谈判局面，给客户留下好印象，还会让客户无法拒绝你。

作者用自己丰富的一线销售经验，为读者总结了30条沟通方法和说话技巧，让你在与客户交往中不再受到拒绝。

<<销售应该这样说>>

作者简介

王宝玲 (Dr. Jack Wang)，中国台湾大学经济系毕业，台大经研所计量经济专题研究、美国加利福尼亚大学洛杉矶分校 (UCLA) 工商管理硕士、统计学博士。
现任盖曼群岛商创意创投董事长、香港华文网控集团、上海兆丰集团及台湾擎天文教暨补教集团总裁，并创办台湾采舍国际公司、北

<<销售应该这样说>>

书籍目录

方法1：产品介绍，并非你一个人的独白（一）互动起来，客户才能更加了解产品（二）练就“王婆卖瓜”的本领（三）做好准备，才不会手忙脚乱（四）介绍产品也讲究技巧 方法2：要想不吃闭门羹，就要提前准备（一）了解客户越深入，推销越有针对性（二）专业知识让你赢得客户信赖（三）好的开场白能控制客户内心（四）做好拜访前的各种准备 方法3：寒暄是一种艺术，要让客户感到温暖而非虚伪（一）有话题，才能寒暄（二）得要领，寒暄才够真诚（三）寒暄也可以很幽默（四）满腔热忱的寒暄才不会虚伪 方法4：诚恳有礼，既能博得客户好感，还会获得好业绩（一）对客户热情，更要真诚（二）即便遭遇拒绝，也要彬彬有礼（三）别让争执之语说出口（四）主动认错，并非懦弱而是负责 方法5：学会察言观色，恰当掌握与客户沟通的时间（一）表情，会泄露客户内心的秘密（二）在沟通中把握客户的心理（三）打破客户的犹豫不决，坚定购买信心（四）抓住成交的最佳时机，别让其从眼前溜掉 方法6：首次见面，制定详细的沟通计划（一）有目标，才有动力去执行（二）没有异议，就没有客户（三）有了沟通计划，面对客户更加胸有成竹 方法7：不主动触及价格，但客户问起要及时应答（一）重价值、轻价格（二）主动触及价格，很可能让自己处于被动（三）客户问起价格，不要玩“躲猫猫”（四）贪便宜是客户普遍心理，要巧妙处理价格异议 方法8：面对负面评论，切勿急于辩解（一）运用迂回战术，置之死地而后生（二）展尽优点，不如暴露一点点缺点真实（三）收集最有力的证据，说服客户 方法9：满腔热情藏在心里，而非挂在嘴边（一）先交朋友，再谈推销（二）用好心情感染客户（三）帮客户一些小忙 方法10：读懂暗示，客户才会向你敞开心扉（一）读懂暗示，了解客户需求（二）抓住客户兴趣点，成交自然水到渠成（三）一眼看穿客户心思 方法11：周密的雄辩与慷慨的陈词，都不如真诚打动人心（一）只有真诚，才能取得别人的信任（二）你给客户的印象够真诚吗？（三）只推荐对的，不推荐贵的 方法12：与客户沟通，别把自己放在很低的位置（一）不卑不亢，赢得客户尊重（二）我最自信我怕谁（三）你是上帝，但我不是乞丐 方法13：别把话一股脑说完，要启发客户思考，引导客户提问（一）激发客户兴趣，沟通才能顺畅（二）善用提问控制沟通局面（三）引导客户开口提问 方法14：倾听时不仅要用耳朵，还要用眼睛（一）给客户说话的机会，并且认真倾听（二）用耳朵倾听，用眼睛观察（三）读懂客户眼神中的秘密 方法15：这些事情，一定要让你的客户知道（一）承认不足，反而会赢得信任（二）巧妙说出真相，客户容易接受（三）不要轻言承诺，承诺就要做到 方法16：向客户提问，既有序，又要切中实质（一）有序提问，了解客户真实需求（二）有的放矢，提问要有目的性（三）专业问题增加客户的信任度 方法17：不能直接告诉客户：你错了（一）假如客户错了，该怎么办（二）指出客户错误时的禁忌（三）既要保全客户面子，又指出其错误 方法18：用宽容化解僵局，成交与不成交只在一念之间（一）宽容，让你与客户的关系更和谐（二）宽容的四原则（三）给客户最好的服务 方法19：不要等对方开口，要在合适的时间提出恰当的方案（一）为客户提供最佳的方案（二）见机行事，促进客户下定购买决心（三）方案一旦被采纳，就要趁热打铁 方法20：站在客户的角度去沟通，你才会倍受欢迎（一）了解你是哪种销售员（二）如果你是客户（三）给客户所喜欢的 方法21：你可以很专业，但不要给客户压力（一）由于专业，客户才信任你（二）专业，也要适可而止（三）要客户心甘情愿购买，不要给其压力 方法22：让客户把话说完，成交机会就在话语中（一）给客户机会，让他说出自己的需求（二）耐心倾听比喋喋不休更容易打动客户（三）与客户形成互动，才能了解更多 方法23：利用巧言妙语拉近你与客户的距离（一）控制情绪，与客户保持和谐的沟通氛围（二）赞美，是最动听的语言（三）激起好奇心，客户会主动靠近你（四）用感情来打动客户 方法24：看透客户心理，沟通才会更加有效（一）好的开始就等于成功了一半（二）在销售中使用“攻心计”（三）客户更喜欢与有亲和力的销售员做生意 方法25：这样说，客户才会给你推荐新客户（一）把握客户推荐的三个类型（二）老客户是新客户的“情报站”（三）循序渐进，一步步俘获老客户的心（四）掌握客户推荐方法 方法26：被拒绝后，马上恢复常态，继续前进（一）找到客户拒绝的理由（二）从哪里跌倒就要从哪里爬起来（三）如何应对客户的拒绝 方法27：不要把话说死，凡事要留三分退路（一）不要一次就把你的客户“喂饱”（二）

<<销售应该这样说>>

产品介绍要实事求是 (三) 说该说的, 把不该说的咽回肚子里 方法28: 幽默, 为你的形象和人脉加分 (一) 修辞, 给你的幽默加点料 (二) 幽默, 助你应对各种情况 (三) 幽默不是越多越好 方法29: 对于客户的抱怨, 永远选择耐心倾听 (一) 正视客户的抱怨 (二) 处理客户抱怨的“七步曲” (三) 解决客户抱怨的“五妙招” (四) 勇于承担责任 方法30: 不同客户, 沟通方法不同 (一) 面对固执型客户, 找到他固执的原因 (二) 面对“话痨”型客户, 借他一双耳朵 (三) 面对寡言型客户, 助其打开“话匣子” (四) 面对“万事通”型客户, 要有更专业、更丰富的知识 参考文献

<<销售应该这样说>>

章节摘录

价格一直是销售过程中最敏感的话题，客户在销售沟通中提出的很多异议都是围绕着价格问题进行的。

有许多刚做销售的朋友，由于对本行业情况的不熟悉或者急于求成，没有搞清楚客户的真实情况就急于谈论产品价格问题，掌握不好尺度，造成客户的流失或者失去订单。

有经验的销售员一般不会主动触及价格问题，他们会在客户认可产品价值之后，逐步把话题引向价格谈判上。

(1) 确定客户的价格底线销售员在与客户商讨价格问题之前，应该尽可能地深入了解、摸清客户可以接受的价格底线，分析客户的经济状态，同时也要牢记自己的利益底线，将双方的底线综合，找到共同的交集，搞清楚客户的情况再谈价格。

大多数销售员都会轻易报价，结果导致许多客户在问价之后就马上离开，从而失去继续交谈的机会。

(2) 学会让客户报价如果面对客户的询价，沟通内容不得不涉及价格问题时，销售员要学会让客户报价。

老练的销售员会问：您需要购买多少？

您想花多少钱来购买？

一般有计划、有目标的客户都会主动谈论自己的想法。

如果遇到“只是问问”的客户，销售员不妨这样回答：“对不起，我感觉您对我们的产品还不是很了解，您去问问我的同行好吗？

只要您真正地和我公司合作，我肯定会给您一个满意的答复。

”

<<销售应该这样说>>

媒体关注与评论

不推销产品，而推销产品带给客户的好处。

——博恩·崔西美国首屈一指的个人成长权威人士不论你卖什么，要让它清晰地传达给你的潜在客户，买了它比不买它要来得好。

只要你能帮助别人得到他们想要的，你就能得到一切你想要的。

没有异议，就没有客户。

——金克拉国际知名的演说家、作家

<<销售应该这样说>>

编辑推荐

《销售应该这样说:这样说话,客户无法拒绝你》用20%的时间,创造80%的业绩,业务高手不告诉的30个沟通技巧。

<<销售应该这样说>>

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>