

<<成交>>

图书基本信息

书名：<<成交>>

13位ISBN编号：9787500586548

10位ISBN编号：750058654X

出版时间：2005-10

出版时间：中国财政经济出版社

作者：维克多.巴佐塔

页数：199

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>

## &lt;&lt;成交&gt;&gt;

## 内容概要

你也许听过某些销售天才的辉煌业绩。对他们来说，每一位潜在的客户似乎漫画书般一目了然他们仿佛只需与客户握握手，吃吃饭，就能获得信任，签下大额项目。

但握手、吃饭的背后是什么呢？本书的两位作者不仅是行为心理学家，同时也担任多家“《财富》500强企业”的管理咨询顾问。

他们以深厚的专业背景、丰富的实战经验，以行为科学为基础，告诉你了解客户、沟通客户的销售秘诀。

帮助你提升沟通技巧和销售能力。

对销售人员而言掌握建立人际关系的秘诀，创造高效业绩；对销售经理而言：运用人际关系的工作方法，改善团队绩效。

销售人员很少有机会或有闲情逸致去仔细研究客户的心理和购买动机，往往都是运用口耳相传的经验或现成方法，这些经验或方法常常似是而非，误区甚多。

本书的两位作者不仅是行为心理学家，同时也担任多家“《财富》500强企业”的管理咨询顾问。

他们以深厚的专业背景、丰富的实战经验，以行为科学为基础，告诉你了解客户、沟通客户的销售秘诀。

对于销售人员而言，以下几点是你取得高效业绩的核心指标：  
· 迅速果断地指出每位买家的购买动机。

- 锁定客户行为模式，更有效地说服客户。
- 规划销售拜访，扩大成功机会。
- 随时调整销售策略，采用最恰当的方法。
- 进行销售拜访时，赢得客户合作。
- 无论客户有何问题，都能妥善应付。

本书讨论的是人际关系销售法，帮助你提升上述沟通技巧和销售能力。

对销售人员而言掌握建立人际关系的秘诀，创造高效业绩；对销售经理而言：运用人际关系的工作方法，改善团队绩效。

书中详细讨论了四大行为模式，不论是客户行为，或者你个人的销售风格，都能以此来阐释。

只有应对各种不同的客户需求，量身订做最恰当的销售方式，才能获得说服力与销售力。

<<成交>>

#### 作者简介

作者：(美)维克多·巴佐塔 (美)罗伯特·李夫顿维克多·巴佐塔(Victor R. BuzZotta)，美国心理学家协会的创始人兼CEO，也是美国全球典型行为模式协会CEO。他同时担任美洲、欧洲和澳大利亚多家大型企业的高级顾问，帮助过许多“《财富》500强企业”培训过销售人员。著有4本行为科学著作。

## &lt;&lt;成交&gt;&gt;

## 书籍目录

前言 信任为成交之关键 / 1第1章 销售、人际关系技巧与你人际关系技巧 / 2只有人际关系技巧是否足够 / 3你得到什么好处 / 4如何开始 / 4科学背景 / 5人际关系技巧可由后天习得 / 5基准特性 / 5综观评估结果 / 8下一步 / 8第2章 四大销售行为模式模型的功能 / 9模型基础 / 10典型销售行为模式 / 10两种界面相结合 / 11将典型销售行为模式应用于客户行为 / 12潜能开发型客户行为 / 15将典型销售行为模式应用于销售行为 / 15将典型销售行为模式应用于销售管理行为 / 18实际行为的变化 / 21行为区别 / 22下一步 / 23第3章 潜能开发型销售行为其他证据 / 27销售管理成效 / 28结论 / 28下一步 / 29第4章 人们为何购买动机与潜能开发型销售行为 / 31有形需求 / 32无形需求 / 32需求金字塔 / 34 人们为何购买 / 35三种激发购买的途径 / 36找出有形需求 / 36找出无形需求 / 37两点注意事项 / 39神秘嘉宾 / 39下一步 / 40第5章 激发客户购买激励过程 / 41利益陈述 / 42利益陈述措辞 / 44满足需求 / 45解决方案销售 / 48最终净收益 / 49注意事项 / 49结论 / 50第6章 简报时机接受之困境 / 53接受和同意 / 54评估接受度 / 55如何提高接受度 / 57探查 / 58下一步 / 59第7章 探查探查法与其功能 / 61探查如何提高接受度 / 62发掘客户心里的想法 / 63潜能开发型互动所使用的八种探查法 / 64探查风格 / 76下一步 / 78 第8章 建立信任说服和信任 / 82简报障碍 / 83潜能开发型销售行为和指导原则 / 85下一步 / 92第9章 产生理解, 付诸行动选择言语 / 93说出你的真心意 / 94你的提议要有间隔 / 95要小心解读的差异 / 96运用第一人称语句 / 97在过程中设立检查点 / 99下一步 / 100第10章 规划销售销售周期 / 101结构销售的要素 / 103售后服务 / 116其他考量 / 117下一步 / 119第11章 潜能开发型销售策略什么是潜能开发型策略 / 121通往途径3之路 / 122潜能开发型策略: 概观 / 123提醒 / 134下一步 / 134第12章 管理销售人员的四种方法销售管理行为的典型行为模式 / 135看看真实的世界 / 142收益是什么 / 142警告 / 147下一步 / 147第13章 激励销售人员激励是什么 / 149两种工作目标 / 150潜能开发型工作目标 / 150激励的过程 / 157发掘销售人员的需求 / 159两点警告 / 162管理的困境 / 162警告 / 163哪些利益能有效激励 / 164下一步 / 165第14章 致胜的潜能开发型指导 开发的方法 / 167何谓指导 / 169指导和绩效考核 / 170指导: 基础 / 171结构化指导流程 / 175互动的困境 / 178潜能开发型策略 / 181进步是逐步的 / 184最后提醒 / 185下一步 / 185第15章 你有什么好处证据是什么 / 187自我开发的四个方法 / 190潜能开发型目标的必要性 / 191实践的重要性 / 192附录全方位模型是否与事实相符早期的模型 / 195全方位模型 / 197

## &lt;&lt;成交&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘人际关系技巧 “人际关系技巧”是四组相关能力的总称，若想获得最佳的销售成果，则缺一不可。

能力1：审视评估技巧 销售对象通常是具有个人特质的特别个体。

当你拜访某位客户，对方一定有他独特的地方。

有的人很刻薄；有的人疑心很重；也有人很亲切，愿意挪出一整天的时间和你聊天。

销售经理的情况也是一样。

他们手下的销售人员各有特色，有人自信、有人骄傲、有人没安全感等等。

无论你是需要进行业务拜访的销售人员，还是负责管理的销售经理，都最好谨记几个关键问题：我眼前的这个人有哪些特质？我预期会遭遇哪些障碍？审视评估的技巧能协助回答这些问题。

它们能帮助你以客观的角度观察他人，将所见所闻转换成有意义的信息，以便找出对待他们的最佳方式。

能力2：策略规划技巧 审视评估技巧与策略规划技巧的不同之处，在于前者为诊断，后者为下药。审视评估技巧重分析，策略规划技巧则决定该怎么做。

对待某人的最佳方式是什么？我该如何克服他可能对我带来的障碍？我该如何有效回应他的需求、考量与质疑？我该如何在不浪费时间与精力的情况下成功说服他？策略计划技巧能协助你制定出如何对待每一个人的适当计划。

它们帮助你灵活待人、因人制宜。

你对客户A所用的策略，往往不同于对客户B与C。

销售经理对待手下每位销售人员也是一样。

事先规划策略能够让说服工作更加容易。

能力3：沟通技巧 规划出适当策略后，你就得与对方联络，了解他的想法。

想要说服对方，你必须让他了解，你要他做哪些事。

客户在同意购买之前，必须先找到几个问题的答案：我为什么要花钱买这项产品或服务？它能为我做些什么？我为什么选择这个品牌、而舍弃其他竞争产品或服务？同样，要让手下销售人员改变与进步，也必须让他们了解以下问题的答案：主管到底要我做什么？我为什么要听他的？这对我有什么好处？若想好好回应这些问题，让答案为人所理解，就必须具备沟通技巧。

能力4：激励人心的技巧 无论如何，创造理解并非说服的全部。

理解之后还必须采取行动。

当客户说：“我知道你要我购买这项产品，但我需要六个月的思考时间。”

”这代表他或许了解，但却不付诸行动。

销售人员对主管说：“我知道您的意思，但我看不出来这么做有任何价值。”

”他可能也了解，但同样也不付诸行动。

理解等同于：“我懂了，我明白了。”

”付诸行动则表示：“我要采取行动，坚持到底。”

”要让人付诸行动，就必须具备激励人心的技巧。

只有人际关系技巧是否足够 人际关系技巧本身无法造就更佳的销售业绩。

产品知识与优良的时间和地域管理技巧，其重要性是不言而喻的。

不过，如果你具备其他对成果有帮助的要素(例如科技、行政技术，以及想要成功的魄力)，则人际关系技巧绝对能提升销售效果。

成败全系于此。

P2-3

<<成交>>

编辑推荐

你也许听过某些销售天才的辉煌业绩。

对他们来说，每一位潜在的客户似乎漫画书般一目了然他们仿佛只需与客户握握手，吃吃饭，就能获得信任，签下大额项目。

但握手、吃饭的背后是什么呢?本书的两位作者不仅是行为心理学家，同时也担任多家“《财富》500强企业”的管理咨询顾问。

他们以深厚的专业背景、丰富的实战经验，以行为科学为基础，告诉你了解客户、沟通客户的销售秘诀。

帮助你提升沟通技巧和销售能力。

对销售人员而言掌握建立人际关系的秘诀，创造高效业绩；对销售经理而言：运用人际关系的工作方法，改善团队绩效。

<<成交>>

#### 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>