

<<突破销售困境>>

图书基本信息

书名：<<突破销售困境>>

13位ISBN编号：9787501176748

10位ISBN编号：7501176744

出版时间：2007-1

出版时间：新华出版社

作者：章伟

页数：215

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>

<<突破销售困境>>

内容概要

《突破销售困境》主要包括：新时期的销售、建立良好的客户关系、判定客户的性格类型、销售员的沟通技巧、挖掘客户的需求等。

<<突破销售困境>>

作者简介

章伟，武汉大学客座教授 中国汽车培训网高级培训师 湖北国润教育发展有限公司高级培训师
北京博士德文化发展有限公司高级管理顾问、培训师 曾服务于可口可乐、台湾统一等知名企业。

从基层的销售人员做起，历任销售主管、经理等职，有着十年的销售与管理经验。

是国内较早进入培训业的实战派职业经理人之一。

曾为国内100多家大中型企业进行过300多场培训，内容涉及销售、沟通、团队等管理知识。擅于针对不同的学员设计实用的培训课程，用简单事例来说明复杂问题，启发人们改善和提高自身的素质与能力。

在中国电信首创《咨询式培训》，将培训与企业的管理方法与制度相结合，取得了立竿见影的效果，连续三年成为中国电信授课最多、最受欢迎的老师之一。

在从事企业咨询与管理培训的过程中，收集了大量的不同企业、不同行业的销售案例。

曾经与1000多位一线的销售人员进行过经验交流，并且与他们一起走访消费者，了解市场，从实践中总

<<突破销售困境>>

书籍目录

第一章 新时期的销售1 新时期，我们卖什么2 给销售路上的你3 平庸还是不凡，取决于你自己第二章 建立良好的客户关系1 充分的准备是成功的一半2 让客户敞开心扉3 赞美4 投其所好5 小礼物的功用第三章 判定客户的性格类型1 产品没有个性——有个性的是你的客户2 在最短的时间内判定客户的性格类型3 性格类型具有两面性4 向不同类型的客户销售5 说话之前先察言观色第四章 销售员的沟通技巧1 巧妙地使用非语言沟通技巧2 有效使用术语3 以退为进4 不要过早作出判断5 聆听客户的心声第五章 挖掘客户的需求1 销售从挖掘客户需求开始2 要善于提问3 让客户说“是”4 问话的类型5 提问的漏斗原理6 提问的作用7 提问的误区8 为客户提供有效的建议9 给客户建议就是给其带去快乐第六章 产品、服务的介绍1 FAB——针对客户需求介绍卖点2 报价第七章 识别客户的问题1 异议 拒绝2 识别异议的真实涵义3 异议的类型4 挖掘异议的根源第八章 处理客户异议1 销售从遭到拒绝开始2 避免敌对情绪3 客户异议处理技巧4 克服几种常见的异议第九章 临门一脚的成交技巧1 把握成交时机2 心理暗示法第十章 客户关系的经营1 水滴石穿——客户关系的日常维护2 一针见血——客户关系的事件经营附录 魔鬼销售兵团制胜法则后记

<<突破销售困境>>

章节摘录

我们对于性格的分类有四种不同的衡量标准：第一个是感性，第二个是理性，第三个是优柔，第四个是率直，依据这四个指标我们将人的性格划分为四种类型：活泼型：对人很感性，说话率直。喜欢先说了再做，不管是否能够兑现。这样的客户有时喜欢对你先作出承诺，但不一定能够办到。他们很容易相处，也很有生活气息。你甚至发现与他们相处是一件快乐的事情。活泼型的人做事情注重的是人际关系。他们在公司内外人际关系处的不错。他们喜欢通过人际关系来解决事情。我们跟活泼型的客户打交道也是一样的，他如果觉得跟你相处得很开心，什么事情都很好谈。他如果觉得你这个人很沉闷，跟你在一起感觉到一点意思都没有，就提不起兴趣来。活泼型的人弱点是做事情虎头蛇尾，缺乏条理，又粗心大意。在他的办公桌上你会发现文件和物品的摆放很乱，他经常花很多时间去找东西。再比如，你去一个朋友家里做客，你可能会看到外门一侧的鞋柜里的鞋放得乱七八糟的，夏天和冬天的鞋都在一起放着。进门以后还发现家里的摆设也是乱七八糟的。如果你踏进主人的卧室甚至还会闻到有臭袜子的味道。这个家庭的主人就是活泼型的人。活泼型的人反感循规蹈矩，喜欢新鲜、新奇的感觉，他不喜欢老是按部就班。你跟活泼型的客户在一起的时候，要寻找新的话题引发他的兴趣，不要老是讲一个话题，他不想就一个问题深究下去。活泼型的人追求广受欢迎与喝彩。有这样一种销售技巧，对活泼型的客户特别有效，叫“PMP”（拍马屁）。活泼型的客户非常喜欢听到一些赞美他成功或者赞美他服饰或言行的话，甚至是夸他“今天这个发型好帅哦”，或者对他做的一件事情给予肯定“这个事情好有创意啊”，他们就会觉得感觉很好。活泼型的人担心失去声望，其实这就是他怕被大家冷落。活泼型的人最怕一个人站在那里，没有人跟他说话、没有人跟他聊天。一个人在那里好闷。他的最大渴望就是得到别人的认同，所以你跟活泼型的客户在一起的时候，特别要关注的是他们喜欢什么，他们爱好什么，对什么东西比较感兴趣，喜欢谈论什么话题。力量型：说话很率直，但是不感性，很理性。这类客户的目标意识非常强。一般他想到什么，就要想方设法达到他的目标，甚至为了达到他的目标不怕得罪人，而且也不会顾及其他人的感受。力量型的客户做事情主动积极，目标意识非常的强。他们的缺点就是缺乏耐心，喜欢能够在最短的时间之内做出决定。每一次与他沟通，你都要让他明确你的目的是解决什么问题。力量型的人在情感方面感觉是比较迟钝的。他不太关注别人的情感，他们的追求就是工作效率和支配地位，这个支配地位是什么呢？就是永远让他觉得事情是由他来掌握的。比如说，有的人会这样对客户说：“王总，我们前面这个事情都已经谈得差不多了，价格也可以了，你看是不是今天我们把合同就签了呢？”力量型的人感觉就不好。他不喜欢做选择题，不喜欢有人强迫他们做决定。他们喜欢做判断题。

<<突破销售困境>>

因此，对于力量型的客户你可以这样问：“王总，这个事情谈得差不多了，您看协议是今天签了，还是明天签？”

或者说：“王总，我们今天讨论这么久，制定了两套方案：一套投资二十万，一套投资三十万。你看以你的判断哪一套方案更符合公司现在的需求呢？”

力量型客户喜欢这样的感觉，一切尽在他的掌握之中。

力量型的客户不喜欢被驱动，被强迫，不要让他感觉你在强迫他做什么，否则会激怒他。

这样的客户千万不要逼他，一逼就急。

力量型客户的动机就是获胜和成功。

完美型：处事非常理性，作决策时非常优柔。

这类性格的人会给你分析这个事情细节、这个事情的规则。

分析这个事情开始是怎么样，现在的进展状况如何，有哪些问题。

他们喜欢用数字、图表、事实进行分析。

他们要求把事情做得完美无缺。

从整体决策到细枝末节，即使是很小的事情都必须安排得非常的妥当，他才会放心地跟你合作。

因此，他们一般不会轻易向你承诺。

完美型的人非常善于做数字分析。

当你对他说出数据时，他可能会问你：“这个数据哪里来的？”

是根据什么判断的？

可不可以看一下相关数据？

所以面对这样的客户，在涉及数据时，你不要信口开河，一定要有百分之百的把握和证据。

完美型的客户还有另外一个特点，他们非常追求完美，对人往往比较苛刻，他们是天生的批评家。

完美型的客户可以把你的产品说得一文不值，可以把你的信心打到最低谷。

他会在还价之前最大限度地打击你的自信。

完美型的客户在你报价之前就会说你的产品没有什么特点，跟以前用的差不多。

另外色泽很不好，很不舒服，对你的产品兴趣不是很高，除非价格比别人低一大截。

完美型的人总是要把问题想透了，想好了，方方面面都考虑到了才会作出决定。

他们追求的是巨细毕究、准确无误和一丝不苟。

他们最担心的是被批评，因为他们很爱面子。

所以你跟完美型的客户在谈的时候，要关注到这件事情作了决策之后，他的上司和同事怎么看他，这个产品比现有的产品有哪些好处和坏处。

他们喜欢的是听到别人曾经用过你的产品的状况以及评价。

比如你可以跟他说：你知道的另外一家公司，他们以前用的东西跟你们一样的，现在他们用了我们的，不妨问问他们现在感觉怎么样？

自从用我们产品之后他们的利润提高了，资金流转速度加快了，库存降低了。

<<突破销售困境>>

编辑推荐

销售从推销自己开始，销售从客户的拒绝开始。
当你为客户着想的时候，你就很容易找到突破销售困境的钥匙。
用他人的经验，长自己的智慧。
章伟用自己的智慧，把他十年的营销经验，变成了实用的销售方法和技巧。
在本书中，章伟以客户的需求为线索，以销售员的沟通能力为核心，展现了销售员应该具备的销售技巧。

<<突破销售困境>>

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>