

<<开发客户的70个渠道>>

图书基本信息

书名：<<开发客户的70个渠道>>

13位ISBN编号：9787501773060

10位ISBN编号：7501773068

出版时间：2006-1

出版时间：中国经济出版社

作者：尹彦品

页数：214

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>

<<开发客户的70个渠道>>

内容概要

商战如战场!任何一个企业都试图有效地开发客户,并以最高的效率在市场竞争中立于不败之地。因此,如何有效地开发客户并留住客户,成为很多企业的当务之急。

本书以市场调查为开发客户的前提,介绍了开发客户一般常用的渠道,并详细讲述了如何将促销、广告、公关和小智慧四种渠道用于客户的开发。

本书将是那些从事销售事业的读者得成功宝典。

本书以市场调查为开发客户的前提,介绍了开发客户一般常用的渠道,并详细讲述了如何将促销、广告、公关和小智慧四种渠道用于客户的开发。

总体而言,本书通俗易懂,故事诱人,并配有实战借鉴意义的案例。

我们相信:实用才能适用,适用才能实效。

一句良言可使人终身受益,一本好书可改变人的命运,衷心地希望有志于销售事业,正从事销售事业的朋友能够从本书中得到一些启发和帮助。

<<开发客户的70个渠道>>

书籍目录

第一章 做好市场调查工作1注重市场调查2细分目标市场，寻找空白3寻找潜在客户4建构一份潜在客户名单5知己知彼，百战百胜6熟悉客户的资料7了解客户的购买心理8发掘客户的潜在需求9做好实地调查10为产品准确“占位”第二章 开发客户常用的渠道11逐户寻访12连锁介绍13市场咨询14会议寻找15个人观察16中心人物带动法17电话寻找18短信开拓19互联网开发20委托助手21善用礼物22家庭聚会第三章 巧用促销开发客户23以超值服务获得客户24靠信誉叩开客户的“芳心”25多品牌促销26利用节日促销27抓住重大事件巧行销28人头马借奥运敲开中国大门29货卖一张皮30“0”在销售中的妙用31“光明”牛奶赢在新鲜32以免费试用打开销路33积点优待强势促销34文化促销别具一格第四章 利用广告开发客户35广告开拓市场36小广告大形象37巧用名人效应38公开演示之魅39借花献佛40打破常规意味深长41张扬人性抢占市场42以“揭己之短”赢得客户43独出心裁客源不断44引发怀旧激发共鸣45利用广告文化寻求卖点46“金利来”靠广告闯出世界47“白加黑”定位目标客户48小雨点名震京城第五章 利用公关开发客户49“跑出”来的市场50举办展览会吸引公众眼球51利用庆典制造新闻52以开放参观赢得客户53收集信息把握顾客的脉搏54借赞助赢美名55巧打儿童公益活动56借爱心打开销路57港湾花园促销秘诀58攻心为上别出心裁59创意公关使宾馆收益佳60白兰地进军美国的妙棋第六章 用小智慧开发客户61用脑胜过用腿62入乡问俗开拓市场63识在人前走在人前64依靠信息找机会65滞销变畅销66诚信引亲“远钱”67让客户自己定价68不厌其小薄利多销69负荆请罪客似云亲70抛“砖”引“玉”

<<开发客户的70个渠道>>

章节摘录

建构一份潜在客户名单 销售人员通过市场调查了解目标消费者在哪里以后,就应该赶快建立自己的客户网络,并通过这一网络,去迅速开发客户,拓展事业。

美国汽车推销大王乔·吉拉德有一个著名的250定律,他通过细心的观察,发现每一个人的生活圈子里都有一些比较亲近、关系比较密切的熟人与朋友,而这些熟人与朋友的数字大约都是250人。

所以,人与人之间的联络是以一种几何级数来扩散的。无论是善于交际的公关高手,还是内向木讷之人,其周围都会有一群人,而对于生意人来说,这群人正是你的客户网的基础,是你的财富。

一位在房地产公司做文秘的秘书小姐,她的工作可使她的机会接触各行业的人士,而这些人士大都有了一定的地位与收入。

秘书小姐将这些人士整理成一份详细的网络表,并按行业、性别、职务做类别划分,这样日积月累,一目了然。

然后她发觉许多直销货品可以进行推销,于是便在工作之余按图索骥,利用自己的网络展开直销货品的推销,居然大获其利。

有的直销公司还向她购买她的客户网通讯资料。

如何建立起一张良好的客户网并发掘到客户是销售人员都面临着的一个问题,这就需要销售人员努力让客户介绍更多的客户给你。

(1)将客户组织化 可利用一些时间,将所有客户集合组织起来,举办一些参观名胜古迹、搭车游览、看戏、听演讲等活动,借此机会,还可以出动公司里的高级干部和客户联络感情。

而客户方面,大家虽然未碰过面,但既处于和该公司如此亲密的关系之下,彼此之间就较容易沟通。

如果有的客户相互问已经认识,你这样使他们又聚在一起,他们也会很高兴。

这样,将有助于客户对公司形象的塑造,使公司形象成为他们津津乐道的事,从而吸引更多的客户。

此后,还可重复举办这种集体化的活动,甚至可借此成立某某会、某某团,使客户成为该团的成员,公司则以贵宾之礼相待之。

但需要注意的是选出一些重要的客户,引进贵宾服务的项·目。

客户们受到了特殊礼遇,就会产生感恩图报的心理,从而更忠实于你,甚至帮你去开发新客户。

(2)把客户当成朋友看待 我们都知道,“朋友间是无话不说的”。

如果我们与客户成了知心朋友,那么他将会对你无所顾忌地高谈阔论。

这种高谈阔论中,有他的忧郁,有他的失落,同时也有他的高兴,这时你都应当和他一起分担。

他可能会和你一起谈他的朋友,他的客户,甚至让你去找他们或者帮你电话预约,这样你将又有新的客户出现。

同时,当你在和他谈不高兴的事时,特别是工作上的困难时,他很可能会主动地帮助你,介绍新的客户与你认识或者帮你直接把生意做成,使之成为你永久性的客户。

(3)客户网要经常更新 客户网是经常变化的,所以必须不断更新,使这一网络始终保持一定的张力,这就需要我们做出合理的取舍。

比如有两个客户,甲客户的订货量大,而且与你的关系极深,但却由于其管理不善,而且又不听你对管理上的建议,致使效益不断下滑。

而乙客户的订货量较小,与你的关系不是很深,但其管理者很有经验,而且很乐于接受同行的好意见。

当你的货源不能同时满足两家时,你这时需要学会放弃,做出取舍。

如果取甲,短期内可能有利可图,但到一定时候,他终会由于经营不善,而不能支付你的货款,到时你将会失去两个客户。

如果取乙,短期内觉得收益甚微,但到其壮大以及甲破产时,其优势就明显了。

在做合理取舍的同时,我们必须不断地补充进更加新鲜的血液,在已有的客户中挖掘客户,在挖掘出的客户中再挖掘客户,这是所有推销高手都具备的,同时也是其感受最深的,在这一过程中,你必须善于抓住有挖掘潜力的客户,要善于抓住客户中的权威者。

<<开发客户的70个渠道>>

当你一旦建立起一个良好的客户网，并能驾驭这张网良性运作时，你就会看到银行整天的忙碌都是为了把所有客户的钱从他们的账户上划到你的账户上，你就会觉得所有“财神爷”的口袋都是向你敞开着的。

P.13-15

<<开发客户的70个渠道>>

媒体关注与评论

客户是所有企业利润的直接来源，开发客户贯穿于企业生存发展的全过程。

<<开发客户的70个渠道>>

编辑推荐

商战如战场!任何一个企业都试图有效地开发客户,并以最高的效率在市场竞争中立于不败之地。因此,如何有效地开发客户并留住客户,成为很多企业的当务之急。

本书以市场调查为开发客户的前提,介绍了开发客户一般常用的渠道,并详细讲述了如何将促销、广告、公关和小智慧四种渠道用于客户的开发。

本书将是那些从事销售事业的读者得成功宝典。

<<开发客户的70个渠道>>

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>