

<<中国家具王牌实战销售>>

图书基本信息

书名：<<中国家具王牌实战销售>>

13位ISBN编号：9787501977345

10位ISBN编号：7501977348

出版时间：2010-8

出版时间：轻工

作者：周杨//赵龙

页数：160

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>

## <<中国家具王牌实战销售>>

### 前言

亲爱的国富纵横的新老朋友们，当你又一次惊喜地看到国富纵横的这本新书时，我们已经相伴走过四个春秋。

四年前，广州展会上我们心怀忐忑地捧出了第一本家具王牌销售，我们把对家具行业十年的思考凝聚成二十万字的书稿，通过展会，经由书店、培训现场，当我们将一本本书传递到中国两万名家具人手里时，我们也感受到了你们热情的心跳。

三年的时间，102届国际·AST训练营，30多位讲师的辛勤讲授，近70位教练的成长陪伴，3部家具行业情境式培训剧——《中国家具·建材卖场成交20大经典法则》《金牌店长的一天》《新导购员的一天》——问世，中国家具行业导购员职业资格认证教育的起航……我们没有一丝一刻的懈怠，我们一直用百米冲刺的速度在跑马拉松！

因为我们知道，正是我们推行的中国家具行业的教育工程改变了上万名导购，使她们经历了破茧成蝶从导购变成销售冠军的快乐；正是我们倡导的中国家具行业经销商学习浪潮改变了上万名经销商，使他们从小老板变成掌握自己命运的经营者。

我们不敢停歇，因为有你们；我们一路高歌，因为有你们。

今天，我们献出《中国家具王牌实战销售》，这是属于你们的书，一本集萃了四年来全国各地精彩案例的书；这是记录我们成长的书，一本汇聚了四年来各位讲师经典讲授的书。

在第一部分我们加入了四型人格理论，以四型人格分析导购性格，使每位导购都能找到自己的定位；第二部分“掌握话术打动顾客”改编自训练营中受欢迎的课程，从进门话术到引导购买话术全程解开王牌销售奥秘；第三部分是本书的重点，相信“王牌实战销售法则”中的六大法则会成为你制胜的法宝，再加以应对情境解读，让你轻松学习；第四部分关键时刻的关键沟通中加入了大量生动的实战案例。

## <<中国家具王牌实战销售>>

### 内容概要

为了有效提高家具行业从业人员的整体业务水准，编者以其在家具行业十多年的经验，总结了最近10年营销行业发展的研究成果和经验，系统地论述了家具行业导购人员应具备的服务理念、职业素养、销售技能和技巧。

本书主要介绍了家具王牌销售的三个阶段；着重探讨了五步沟通法，如何有效运用销售十计；怎么把握家具销售的六个关键时刻；面对“问题顾客”，怎样分析其心理变化并解决问题等。

在总结数十位家具导购人员经验，调查数百位消费者心理状况的基础上，作者从不同地域，不同人群，不同消费习惯入手，精辟地分析了消费者的心理动向以及导购与其沟通方式。

<<中国家具王牌实战销售>>

作者简介

赵龙，资深品牌营销专家、中国家具协会培训部副主任、北京国富纵横国际?AST商学院院长、北京国富纵横管理咨询有限公司总裁、中国策划院副院长、华中科技大学兼职教授、中国管理科学学会咨询委员会委员、中国广告协会评审委员会成员。  
2000年荣获首届中国杰出营销人金鼎

## <<中国家具王牌实战销售>>

### 书籍目录

#### 第1部分

你适合卖家具吗？

——人人能当销售冠军！

##### 1 性格鲜果测试

- (1) 香蕉型：家具卖场的智慧果
- (2) 荔枝型：家具卖场的艺术家
- (3) 橘子型：家具卖场的阳光天使
- (4) 红苹果型：家具卖场的实干先锋
- (5) 芒果型：家具卖场的自信使者
- (6) 西瓜型：家具卖场的亲和使者
- (7) 紫葡萄型：家具卖场的乐天派
- (8) 樱桃型：家具卖场的感性精灵
- (9) 菠萝型：家具卖场的逻辑高手

##### 2 四型导购自我认知

和平型导购（P型）：放松随和、知足常乐

力量型导购（C型）：自信果断、天生的领导

活泼型导购（S型）：天性活泼、能说会道

完美型导购（M型）：细致严谨、完美主义

##### 3 王牌销售必备性格与素养

王牌销售职业性格

王牌销售必备素养

##### 4 从导购成为王牌销售

早起的鸟儿有虫吃

多一份执着

每天进步一点点

笑容可以增加你的“面值”

热爱自己的职业

成为王牌销售的三个阶梯

#### 第2部分

行家销售才能打动顾客

——成为王牌销售的准备阶段

##### 1 死记硬背法，让你成为产品专家

成为产品专家的三步法

##### 2 找准竞争对手，了解竞争对手

判断是否竞争对手的主要因素

了解竞争对手的情况

获得竞争对手资料的方法

##### 3 如何面对顾客的比较

主动比较，突出优势

人无我有，强调独特

以情动人法

如何通过与非竞争对手的比较促进销售

##### 4 掌握话术 打动顾客

## <<中国家具王牌实战销售>>

话术特点：模式化、精简化、优势化、时间化

导购应掌握的话术分类

如何学习终端话术

第3部分

让顾客跟着你走

——成为王牌销售的加强阶段

1 洞察顾客心理，按下消费“按钮”

“三怕三想”，揭开顾客购买家具的心态

顾客心理大盘点

顾客需要什么就卖给他什么

最佳目标：瞄准两个高峰人群

2 掌握销售礼仪 留下第一印象

在迎宾阶段，家具导购利用形象礼仪打开顾客心扉

在家具销售过程中，家具导购利用行为规范留住顾客

3 三位五步沟通法——巧妙接近顾客

沟通入位法 五步沟通 一笑\二看\三听\四问\五赞

沟通体位法 30秒 你给顾客留下什么

沟通定位法 角色定位 永远站在顾客一边

4 王牌实战销售法则

开口、开窍、开心法则

应对情境：顾客说“我只是随便看看，不用跟着我”

主导顾客辨别法则

应对情境：夫妻俩选中不同的沙发

品牌热情法则

应对情境：顾客说“这个牌子怎么没听说过，不知道”

价格亮剑法则

应对情境：顾客开门见山问价

心理博弈法则

应对情境：顾客说“今天要能给我打8折，我就定”

赠品价值法则

应对情境：顾客说“赠品我就不要了，能不能多给我打点儿折”

第4部分

给成功做加法

——成为王牌销售的终极阶段

1 “6-1=0”——家具销售关键时刻 一个也不能少

最简单的事情往往是最难做的事情

家具销售关键时刻一：顾客经过店门的那一刻

站着不动永远赚不到钱

家具销售关键时刻二：接近顾客的关键时刻

三天后顾客还记得你吗？

家具销售关键时刻三：顾客了解家具的时刻

别做糊涂的鳄鱼

家具销售关键时刻四：顾客重复认知的时刻

一片鹅毛的力量

家具销售关键时刻五：销售成交时刻

一个详细的记录+三个有效的电话=二十五笔交易

## <<中国家具王牌实战销售>>

家具销售关键时刻六：成交之后

2 如何面对突发难题，销售冠军化险为夷

顾客挑出产品毛病

“问题顾客”捣乱

顾客对家具款式和颜色提不起兴趣

顾客觉得价格高

3 环境转换：商场销售与专卖店销售

商场顾客 PK 专卖店顾客

商场“三板斧”VS 专卖店“三要诀”

导购就是企业形象代言人

第5部分

知识有“库存”，销售无库存

——你必须知道的家具知识

1 家具基础知识，你的立足之本

熟知家具的种类

熟知每种木材的特点

熟知不同家具的保养方法

2 注重家具摆放，练好“杀手锏”

家具卖场摆放

家具室内摆放

家具摆放风水要点

3 提升家居品位，打出“组合拳”

熟知家具风格

了解色彩搭配

## <<中国家具王牌实战销售>>

### 章节摘录

人是一种奇怪的感情动物，真诚是一把金钥匙，可以开启顾客内心深处的封锁，只要打开顾客的心扉，接受你，有一个好的开始，那么销售就成功了一半。

王牌销售要通过真诚的神态和语言让顾客转变冷淡的态度，比如你可以说：“您家正好是在装修，不如这样，我给您先做一个预算，您看行么？”

不卑不亢的语言，让人无法拒绝，即便是再冷漠的人听到这句话也会放下防御的心理，转变态度。

我们在销售过程中，要学会怎么更好地与顾客的沟通，语言是需要精心根据不同顾客设计的。

如果你想让自己的销售技巧越来越好，那么就需要不断地在销售过程中揣摩和总结顾客的反应。

虽然千人千面，但还是有规律可循，只要你不断积累经验，揣摩并设计各种各样的应对语言加以练习，能让你打破僵局的突围话术将使你成功签单的几率大大提高！

开窍——留下记忆 接待顾客时可能犯的最大错误是什么？

那就是在他们离开时你没能让他们对你的商品和服务留下印象。

要知道顾客已经看过了许多家具，由于种类繁多，价格复杂，脑子可能已经乱作一团，因此，当他们离开店面时如果没有记住可以与其他品牌进行优劣比较的东西，那么就是比较失败的。

王牌导购应该设法把顾客的注意力集中到一两件顾客最感兴趣的产品上，并在大力赞扬产品优点的同时称赞顾客，把顾客的注意力集中到他感兴趣的家具上，导购所推荐的家具的形象会牢牢地留在顾客脑海里。

即使是顾客到另一家店，她也可能会自言自语：“看来，这里的产品还没有刚才那家的好，不如返回去再看看。”

在顾客离开店面时，导购应不失时机地把自己的名片递上，并设法留下顾客的联系方式，很多导购在最后一瞬间没有这种意识，丧失了很多成交的机会。

决不能因为顾客第一次逛卖场不购买你的家具，你就不再全力以赴地推销，我们无数次的市场调研验证，顾客购买家具的周期是三个月，来店里三次以上才购买，因此让顾客第二次找到你非常重要。

## <<中国家具王牌实战销售>>

### 媒体关注与评论

提升企业的营销能力，在新的市场环境中突破自己，靠的就是不断的学习，我们支持行业中提供高质量教育产品的国富纵横团队。

——光明集团董事长 张金铸 企业培训是全友董事长张友全一贯的经营方针，一个好的市场...定离不开一本好书，这本书应该是家具行业实践销售的权威著作。

——全友家私总裁 魏斌 曲美把人作为企业的第一资源，尊重知识、尊重学习，学实战销售，决胜终端。

——曲美家具总裁 赵瑞海 为企业提升终端业绩，为导购提高签单能力，专业的书教专业的人。

——深圳市家具协会会长、尊典家具董事长 黄伟业 圣奥一直把教育作为企业发展的第一原动力，这本书将会是中国家具销售的经典之作。

——圣奥集团董事长 倪良正 我们的导购是跟随着国际·AST的教育和国富纵横的书籍成长起来的，培养人从选对书开始。

——百强家具总经理 陈晓太 我向家具企业同仁郑重推荐这本重实战重实用的好书。

——中国家俱CBD总裁 肖铠旋 透过窗户才能看到外面精彩的世界，使用镜子才能看到自己的缺点，这本书会带给你更宽阔的视野。

——中国原点家居示范城董事长 李继和

<<中国家具王牌实战销售>>

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>