

<<销售掌控术>>

图书基本信息

书名：<<销售掌控术>>

13位ISBN编号：9787502179144

10位ISBN编号：7502179143

出版时间：2010-8

出版时间：石油工业出版社

作者：郑惠芝

页数：232

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>

<<销售掌控术>>

前言

不管是企业还是销售员，销售的直接对象是消费者，你只有掌控了这一批人，你才能在竞争激烈的销售行业中立于不败之地。

苹果电脑公司曾推出Macintosh（麦金塔）电脑操作系统，这一系统不管是性能还是技术，自始至终都在业界处于领先地位，其技术实力远远超出了微软和他们的Windows系统，但Macintosh系统上市后，却败给了Windows系统，当时，据调查显示Macintosh系统的市场份额不足Windows系统的5%。

这是为什么呢？

原因在于苹果公司过于迷恋技术，而忽略了对客户的研究，忽略了客户对消费的需求。

苹果公司当时以为，不用考虑客户想要什么，只要拿出最好的产品，超越对手，客户自然就会去选择。

于是，苹果公司在业界的一片赞誉声中，研发出了完全称得上卓越的产品Macintosh（麦金塔）系统来对抗Windows系统这个被业界称为仅是合格的产品，但最终却失败了。

苹果公司败就败在了它没有把握住客户真正的需求——方便、容易使用，而Windows系统虽然性能平平，但操作起来非常简单容易，大大地弥补了Macintosh系统的不足，因此受到消费者的青睐。

由此看来，客户才是决定你生死存亡的关键因素。

现在的销售员常常感叹销售难做，产品卖不出去，其中的主要原因就是客户难留，大多数顾客或客户的忠诚度都很低。

<<销售掌控术>>

内容概要

身为销售员，你要清楚你所在的位置，客户就是你的“衣食父母”，明白了客户的这种地位，你能不重视吗？

《销售掌控术(超值白金版)》撷取销售过程中一些常见但却往往为销售员所忽视或困扰的方面，进行深入浅出的分析，在某种程度上能为你拨开销售的迷雾，让你在掌控客户的路途上越走越平坦。

<<销售掌控术>>

书籍目录

第一章 谁能读懂客户的心思，谁就能拿下客户的订单 想掏客户的钱包，先学会去尊重 给予客户赞美，生意自然成 把握好推销的度，别让顾客反感 客户讨价还价是因为害怕上当受骗 嫌货才是真正的买货人 越是买不到的东西，顾客越想要 顾客是理性的，真货就不怕没有识货人 客户都渴望得到他人的关怀和关心 掌握客户各不相同的需求

第二章 向客户展现出亲和力，客户将用订单积极回报你 热情是销售迈向成功的第一关键 亲和力让客户轻松卸下戒备心理 做活自己的销售，靠的就是坚持 客户需要产品，更需要真诚的服务 微笑着去销售，就永远不会贫穷 客户就是上帝，给客户最真诚的服务 情感最能打破客户的理智心态

第三章 切准客户的“脉搏”，掌控客户方法是关键 和蔼型客户：亮出你的情感招牌 分析型客户：给他足够的考虑时间 虚荣型客户：奉承是拿下他的最锋利武器 表现型客户：用赞美的语言让他陶醉 防卫型客户：忍后再反戈一击 注重舆论型客户：找出第三者为其做参照 深思熟虑型客户：适时给出恰当的建议 盛气凌人型客户：用道理去说服他埋单 多疑型客户：用事实给产品增加分量

第四章 做客户的心理“领路人”，聪明的销售员牵着客户走 做一流的销售员，牵着客户走 善于引导，掌握谈话的全局 说好第一句话，让客户忘不了你 站在客户的立场上为他们考虑 告诉客户今天能做的事今天做 用你的专业给客户指引方向 铺设美好的未来，给客户憧憬 报出产品的价值，更能打动客户的心 掌握销售的提问技巧并加以引导 创造需求，让客户自愿上你的钩

第五章 说服客户的“拒绝”，辩口利辞让客户说“Yes” 用幽默去推销，客户也会爱上你 对客户“动之以情，晓之以理” 会说话的人才能更好地走进客户 和客户沟通要注意九个忌讳 陷入僵局时，不妨跟客户“兜圈子” 给客户讲讲故事，用故事感动客户 交流中，设法控制说话的主动权 “激将话术”：让客户不得不成交

第六章 结交客户的关系网，人脉就是销售员的钱脉 朋友多了，生意才做得活络 要获得成功就得和成功的人在一起 丰厚的人脉能带来丰富的财脉 开动脑筋和客户建立关系 用好乔·吉拉德的250定律 朋友多了，销售才能好做 建立关系网的经验借鉴

第七章 消除客户的“壁垒”，与客户达成交易依靠技巧 让“守门人”接通预约电话有技巧 聪明的销售员，会将拒绝变为进攻 对不同的客户，要强调产品不同的利益 寻找共同的话题，和客户建立互信关系 向客户付出关心，让客户产生亲近感 方法正确，善用技巧，让客户埋单不难 单刀直入，从客户最关心的利益入手 金牌销售员的谈判技巧大集结

第八章 做足客户的工作，成功销售在于做好策略 换一种思路，用逆向思维做销售 吊客户的胃口，让市场带点“饥饿感” 做足客户的人情，让客户有亏欠感 山穷水尽时，反其道而行之是个策略 多提问，在问中让客户频频点头 先谈产品价值，最后再谈价格 “欲将取之，必先予之” 利用二选一法则，不给客户以退路 在无计可施时，不妨以退为进 做好售后工作，稳固已有的老客户群

第九章 注重销售的细节，细节决定销售的成败 注意，永远让客户先挂上电话 给客户打电话时，也不忘衣着整洁 为客户守住秘密，取得客户的信赖 客户的兴趣爱好是销售的风向标 拜访前，一定要做足准备工作 在客户开门时，就给客户营造出好感 征服客户要注意的四个细节 掌握倾听的技巧，打造金牌销售员

<<销售掌控术>>

章节摘录

韦伯先生来到农场，就去询问负责这个农场的销售代表。

销售代表说：“这个农场的人都是铁公鸡，一毛不拔，我们没法卖给他们任何东西。

此外，这些人似乎对我们公司有很大的意见。

我们试过了好多办法，但依然不能改善与他们的关系。

“所有的推销员都向韦伯先生这样反映，也许菲亚公司真的没有希望能占领这片市场了吧，因为公司的几位销售精英都屡次失败了。

能不能占领市场，韦伯先生认为这些人说了都不算，无论如何自己都要去试一下。

一天，他来到一家农户的家门前，轻轻地敲着门。

门被一位老太太打开，但她只从门缝里探出头来，这位老太太看见韦伯先生，以为他又是菲亚公司派来的说客，想让她买东西。

于是，她就条件反射似的立即关上门。

韦伯先生并没有因此而受挫，他耐心地再次敲门，老太太再次将门稍稍打开，然后把自己对菲亚公司的不满一股脑儿地全说了出来。

听完老太太的诉说后，韦伯先生说：“抱歉，我们打扰您了。

但我不是来这儿推销电器的，我只是想跟您买一些鸡蛋。

“老太太听到韦伯先生的来意后，门开大了点儿，但是仍然用可疑的眼神瞧着韦伯先生。

“我看您这里养了许多多明克鸡，我想买一公斤鲜蛋。

“韦伯先生说道。

“你怎么知道我养的是多明克鸡呢？”

“老太太怀疑地问。

“我自己也养鸡，但我从来没见过这么优良的多明克鸡。

“那您为什么不吃自己的鸡蛋呢？”

“老太太问。

“因为我养的鸡下的是白蛋。

当然，您如果自己下厨，就知道做蛋糕的时候，白蛋是比不上棕蛋的。

我太太为她的蛋糕而自豪。

“那位老太太放心地走了出来，表情温和多了。

同时，韦伯先生的眼睛到处打量着，发现这家农舍装置了一个很好看的牛棚。

韦伯先生于是说：“我打赌，您养鸡所赚的钱，比您先生养乳牛所赚的钱还要多。

“……”

<<销售掌控术>>

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>