

<<话到钱来>>

图书基本信息

书名：<<话到钱来>>

13位ISBN编号：9787502828141

10位ISBN编号：7502828141

出版时间：2006-4

出版时间：地震出版社

作者：罗宇

页数：246

字数：287000

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>

## <<话到钱来>>

### 内容概要

说服是推销的核心智慧，可以这样说，推销员推销的过程，实际上就是想方设法说服客户购买所推销的产品或服务折过程。

本书以鲜活生动的推销说服实例，生动地阐释了推销说服话术的本质，向你展示世界著名推销大师如何说服客户由“不”变为“是”，由“不愿意”变为“我愿意”，从而成功说服客户购买商品或服务，最终实现推销目的。

本书是目前市场上颇为实用的说服技巧修成宝典。

熟读本书，你可以在为一名出色的推销员，真正做到因时因地因人成功销售。

<<话到钱来>>

书籍目录

第一章 说服，从约访开始 预约时，不谈生意 找到客户的“磁场” 将约访进行到底 随机应变约访准客户 激起顾客的好奇心 约访面面观第二章 成败，决定在面谈时 成功找到对方的需求 让客户说出内心的愿望 “谈”索客户的兴趣 当出现错误时，请真诚道歉 面谈决胜于前30秒 从“赞美”对方开始 诚心诚意地称赞竞争对手 在第一次见面时赢得客户 运用幽默创造和谐 完成一次心灵的沟通 让客户跟着感觉走 谈生意，从寒暄开始 要让客户记住你 销售员的魔法棒 与顾客建立和谐的关系 让准客户“不打自招” 利用亲近法说服顾客 抓住客户的心 给客户以巧妙的暗示 找准时机再行动第三章 用妙语打动有异议客户 探寻客户拒绝的原因 找出双方相同的观点 “创造”与客户会谈的时间 客户的“面子”永远是“正确”的 敲开客户的心门 确解客户的各种借口 圆融的说话技巧 当顾客提出反对意见时 巧妙地解决借口 力争达到双赢 异议处理有妙方第四章 成交，就靠你的一张嘴 促成顾客的购买行动 .....第五章 在电话里谈成生意黄金钥匙——万用说服术

## &lt;&lt;话到钱来&gt;&gt;

## 章节摘录

预约时，不谈生意 早晨，当你推开房门，将要抬脚往外走的时候，你在心里一定会非常明白自己今天要到哪儿去，去干什么，哪些是重要的事情，哪些是次要的。这与销售员预约客户的道理是相同的，当客户反问你“你见我想干什么”时，记住：千万别说你想推销。

正确的预约应该只是一次会谈，需要做的是怎样说服他，让他接受你的预约。

说服要点：  
· 确定对方是否方便说话，提及初次面谈的目的  
· 勿在预约电话里推销产品，约访目的是争取面谈  
· 最后要确定时间、地点并感谢  
特效实例 乔·库尔曼想预约一位经常乘飞机从地球的一端飞到另一端的客户阿雷，以下就是乔·库尔曼说服阿雷接受预约的过程。

乔·库尔曼：阿雷先生，我是乔·库尔曼，理查德先生的朋友，您还记得他吧。

阿雷：是的。

乔·库尔曼：阿雷先生，我是人寿保险推销员，是理查德先生建议我结识您的。我知道您很忙，您能在本周的某一天抽出5分钟时间和我见个面吗？5分钟就够了。

阿雷：是想推销保险吗？几星期前就有许多保险公司找我谈过了。

乔·库尔曼：那也没关系。

我保证不是要向您推销什么。

明天早上9点，您能给出几分钟时间吗？阿雷：那好吧。

你最好在9点15分来。

乔·库尔曼：谢谢！我会准时到的。

第二天，乔·库尔曼准时到了他的办公室。

乔·库尔曼说：“您的时间非常宝贵，我将严格遵守5分钟的约定。”

乔·库尔曼尽可能简短地提问。

5分钟很快到了，乔·库尔曼说：“阿雷先生，5分钟时间到了，您还有什么要告诉我吗？”在接下来的10分钟里，阿雷先生又告诉了很多乔·库尔曼想知道的东西。

实际上，有很多人是在5分钟后又非常自愿地和乔·库尔曼说了一个小时，与其说他们完全是自愿的，不如说他们完全是被乔·库尔曼说服了更合适。

特效实例二 瑞克给一个包工头打了几个电话后，发现他一般只在早晨7点到7点半在办公室。

一天早晨7点，瑞克去了他的办公室。

他正在翻看办公桌上的信件。

看见了瑞克，还没等瑞克说话，就猛地站起来，拿了大文件袋，绕过瑞克就往外走。

在打开车门后他问瑞克：“你到底想和我说什么呢？”瑞克：“就和您谈谈，谈您自己。”

包工头：“现在我没时间，我要去新泽西州的柯林斯沃德。”

瑞克：“我用我的车送您吧！”包工头：“不行。”

我车里还有许多东西。

瑞克：“如果您不反对的话，我就坐您旁边，在车上我们就可以谈，这样就不占用您的宝贵时间了。”

包工头：“那你怎么回来呢？我还要到别处办事。”

瑞克：“我自有办法。”

他赞许地笑了笑，答应了瑞克。

那一刻，瑞克对他来说还是个陌生人，他既不知道瑞克叫什么，也不知道瑞克要和他谈什么。

瑞克终于如愿以偿。

事实上，不是瑞克吹牛，瑞克和好些难以求见的人都谈得不错。

\*\*\*\*\* 预约是成功推销的第一步。

在预约时，不要提及生意，要一切为了客户着想，如上面两例中的乔·库尔曼、瑞克，都是先把

<<话到钱来>>

客户说服了——让他接受预约，然后再谈余下的事情，这样，交易就等于成功了一半。

万用说服术 应对约访拒绝：不，那时我有事要做 “先生，很抱歉，我一定是选了一个不恰当的时间，那么我们改个时间好吗？” P3-4

## &lt;&lt;话到钱来&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

作为一名销售人员，你也许有过这样的疑惑：为什么销售同样的产品与服务。成就却有天壤之别--排在前20名的人员，总是包办了80%的交易。

答案是，他们运用了经过千锤百炼的经典成交秘诀。

业务高手之所以能脱颖而出。

是因为他们懂得销售的艺术，其中的精髓在于他们充分运用了高超的说服术。

销售是什么。

销售是展示说服人的天才魅力，如大卫·科博菲尔在舞台上展现魔术天才一般。

把你的语言天赋完全彻底地展现给客户，并让对方成为你说服艺术的俘虏。

取得成功的销售员，无一不是把语言的艺术魅力展现得栩栩如生、入木三分。

说服术是销售的工具。

就像翅膀是鸟儿飞行的工具一样。

毋庸置疑，商品说明书上会呈现有关商品的信息，但要促使客户购买，还得依赖于你优秀的说服术。

可以毫不夸张地说，卓越的说服术可以左右人际关系，也可以改变人的思想：可以卖掉上亿美元的轮船，也可以成交价值连城的珠宝。

因此。

注重语言的功能和作用，有意识地训练语言、历练语言，是任何一个销售人员都应该做到的。

本书打破常规，以全新的视角生动地归纳和分析了众多成功的说服术，有纲有目、有点有面，鲜活而生动。

书中突出简单、高效的原则，把说教式的销售原理、道理都进行了提炼和概括，呈现给你的是最实用的说服要点和精彩案例。

本书提供了销售各阶段的万用说服术，向你传授顶尖销售大师的成功秘诀和经验。

在这里，你可以打到销售所需要的任何一种说服术。

熟悉和使用这些说服术，你可以真正做到复杂环境下将欲售产品销售给你意想中的客户，从而成为世界上最具说服力的销售人员，可以让你真正做到话一出口，财源滚滚。

## <<话到钱来>>

### 编辑推荐

190多个最专业、最简短、最凝练的推销说服话术训练要点；120多个全球最优秀的推销大量和业内精英的经典推销实例；60多个最典型、最有效、最实用的屡试不爽的万用说服话术。本书将传授你最专业的销售说服术，让你随心所欲地运用、驾驭说服客户的最佳方法，达到为我所用、呼风唤雨、左右逢源的境界。这些无往不利的成功说服术，会让你在销售中游刃有余，就像优秀演员的优美台词一样，怎么听怎么舒服。客户会被你巧妙的说服术所吸引，自然进入谈话的角色，从而被你掌控，并使成交水到渠成。

<<话到钱来>>

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>