

<<沟通式销售>>

图书基本信息

书名：<<沟通式销售>>

13位ISBN编号：9787502833664

10位ISBN编号：7502833668

出版时间：2008-7

出版时间：地震出版社

作者：赵伟

页数：197

字数：174000

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>

## <<沟通式销售>>

### 内容概要

生活中没有沟通，就没有快乐人生；事业中没有沟通，就没有成功事业；管理中没有沟通，管理就没有效率；销售中没有沟通，销售就没有业绩。

在陌生拜访中，您是否支支吾吾，找不到最合适的话来说，然后被人拒之门外？

在销售过程中，您是否经常用错词语说错话，然后使销售前功尽弃？

在产品介绍过程中，您是否词不达意，说话枯燥无味，然后让客户借故离开？

在销售过程中，您是否搜肠刮肚却找不到合适的词汇，使销售冷场，然后让客户感到尴尬？在销售过程中，您是否自己侃侃而谈，对方却没有任何反应？

，然后出身未捷身先死？

在销售过程中，您是否因为读不懂客户肢体语言，然后让客户拂袖而去？

在成交过程中，您是否用了错误的方式问了错误的问题，然后让销售胎死腹中？

在成交最后阶段，您是否说了错误的话回答了错误的问题，然后使销售功败垂成？

本书指导您在适当的场合、适当的时间、用适当的方式、适当的语言、准确自信的表达想要说的话，得到自己想要的结果。

## &lt;&lt;沟通式销售&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 沟通式销售：庐山面目别样新——如何赢在销售 沟通式销售 沟通的几种模式 沟通式销售中的沟通原则 沟通式销售的标准 如何才能达到销售的最高境界 沟通式销售是一个双赢的过程 沟通式销售的主题是合作 沟通式销售要先人后己 第二章 观念沟通：卖产品先卖观念——如何卖 卖好处不卖成分 卖特色不卖大众化 卖产品先卖信赖感 卖解决方案不卖一己之私 第三章 倾听沟通：要打动人心 先倾听人心——如何听 倾听是福 为什么我们存在倾听问题 自己多听少说 顾客多说少听 倾听的几种方式 同理心倾听还是同情心倾听 听出顾客的弦外之音 第四章 话术沟通：你卖产品我卖话术——如何说 四种不同的讲话方式 让你的声音充满魅力 讲话时的有害言辞 怎样表达最有效 以顾客喜欢的而不以自己喜欢的方式来讲 能激情地讲就不平淡地讲 能幽默地讲就不严肃地讲 讲顾客爱听的话不讲自己想说的话 说有用的话不说多余的话 说真话不说假话 说细节不说大概 能袒露的就不隐藏 说关心人的话不说冒犯人的话 讲肯定的话不讲模糊的话 讲易懂的话不讲难懂的话 讲解决问题的话不讲推卸责任的话 讲简单的话不讲复杂的话 能用问的就不用说的 性别不同，沟通相异 第五章 肢体沟通：肢体也会说话——如何看 肢体语言在沟通中的重要性 读懂顾客的肢体语言 眼睛，看穿人心的工具 眉毛，展示内心那片风景 关不住的内心大门——嘴巴 手势，真正的沟通大师 头部语言 第六章 沟通技巧：一招见成效——如何做 与人沟通前先自我沟通 你准备好了吗 如何让你的产品介绍吸引人 讲道理不如讲故事 来自环境的力量 顾客分为不同购买类型 顾客心里在想什么 NLP沟通策略 忍耐对于沟通的重要性 寻找新的替代方案 挠到顾客的“痒”处 报价的艺术和策略 创造新的价值 把蛋糕做大 沟通需要保持一定的弹性 控制好自己的情绪 沟通式销售重在各取所需 最好的沟通就是做好服务 第七章 解除异议沟通：无极胜有极——如何成交 让新的架构使销售起死回生 轻松说出“不”字 有效拒绝的几种方式 要开放性沟通，不要防御性沟通 了解人性，巧妙处理异议 以柔克刚，打好销售太极拳 顺水推舟，划好销售这条船 后记

## &lt;&lt;沟通式销售&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 沟通式销售：庐山面目别样新——如何赢在销售沟通式销售是一个双赢的过程英国前首相丘吉尔曾说：“我们没有永远的朋友，也没有不变的敌人，只有我们的利益是永恒不变的！”

这句至理名言在很多战略领域确实有非常重要的借鉴意义，尤其是在谈判领域对于端正谈判双方的思想有着非常有益的提示，毕竟我们最终追求的是合作与获得各自的利益，而在绝大多数情况下这个利益是相辅相成，不分彼此的。

谈判双方在市场经济活动中无非扮演着供需者的角色，供者只有需者的订单和付出才能够生产和生存，需者也只有得到供者的物品才能满足需求，或成为另一个领域内的供者而获得更大利润，如果没有交易便什么也不会发生。

所以，无论在什么情况下都请提醒自己及顾客，千万不要忘记销售是一个共同获利的过程。

沟通式销售中的谈判，它的关键是要认识到谈判各方所做的让步都是有代价的，是作出牺牲的。

只有这样，谈判者才感到他们是成功的，才有一个双赢的感觉。

因为这个让步来之不易。

要达到这样的效果，就必须明白什么是己方认为有价值而对方认为无价值的东西。

胜利是人人都想得到的，失败是人人尽力避免的。

谈判与体育竞赛不一样，在体育竞赛中双方有输有赢，因为冠军永远只有一个，但谈判不一样，谈判中可以出现两个甚至更多的冠军，可以都是胜利者而没有失败者。

我们在销售沟通的过程中不仅要得到自己想要的，还要能够帮助顾客得到他想要的，这表面上看起来矛盾，其实是一致的。

在销售过程中，遇到价格问题时，通常我们会看到，双方都会竭尽全力维护自己的报价，总认为自己多花一毛就损失一毛，自己少卖一毛就少赚一毛。

最容易将沟通的焦点集中在价格上，在价格上争个唇干舌燥。

例如，一位精明的销售人员会把自己的产品讲得天花乱坠，带有浮夸性质的塑造产品的价值，所以来抬高自己产品的报价，而顾客则尽量压价，他会在鸡蛋里挑骨头，从不同的角度指出产品的不足借此狠狠压价。

一个要抬价，一个要压价，双方在跷跷板两端悬在空中，总也落不了地，也无法平衡起来，最后销售无疾而终，甚至双方会不欢而散。

双方都讲出无数条理由来支持自己的报价，销售在无奈的情况下成为僵局，费时耗力，劳民伤财。

或者是一方作出一定的让步，让对方赢了，赢的一方兴高采烈，输的一方闷闷不乐，双方从此成为陌路人；或者双方经过漫长的多个回合，各自都进行了让步，从而达成一个中间价成交，成交本来应该是件好事，可在这种情况下成交双方心理也高兴不起来，也许会颓废地叹气说：这是一家让我最累的销售了，希望下次再也不要遇到类似的客户或销售员了。

一种这样使双方都信感疲惫的谈判方式，遗憾的是它在商务活动中非常常见。

然而，在销售活动中，如果大家都遵循这样的销售原则与技巧，往往会使销售陷入一种误区。

这种销售方式有时会不欢而散，甚至会破坏双方今后的进一步合作机会。

因为在销售双方来说，没有人愿意做冤大头，没有人愿意一味忍让。

这除了利益上的原因，还有心理上的原因，没有人承认自己是弱者，特别是在谈判过程中。

有这样一个案例：胡安是计算机程序员，有一个新计算机游戏的设想。

他相信这个游戏会获得巨大的成功。

然而，编这个游戏程序要花很长的时间，在此期间他需要一份工作以维持生计，毕竟梦想重要，面包更重要，衣食无忧是最重要的。

胡安的朋友玛丽亚是一家大计算机公司的经理，她及其同事都认为胡安的想法不错，但只能提供给他1万美元的酬劳。

胡安需要花数月来设计游戏，虽然工万美元能够维持生活，但作为报酬是不够的。

胡安建议把1万美元作为预付款，他和公司按25：75的比例分取将来的利润。

但对方并不答应，最终，双方以20：80的比例达成了协议。

## <<沟通式销售>>

几个月后，胡安的游戏软件设计成功，检测完毕后，随即投入市场，伴随着大规模的营销手段，游戏取得了巨大成功，为双方赚了个盆满钵满。

可以说这个案例中的双方都取得了成功。

胡安清楚地知道软件公司不可能提供更多的现金，所以双方结成联盟，并达成这样的共识：如果投资失败就把损失减少到最低，如果投资成功就最大限度地获取利润。

所以，我们在谈判之初一定要明确，实际上谈判是一个共同获利的过程，如果只注重一时的得失，很有可能在长远的过程中会付出超额的代价。

## <<沟通式销售>>

### 编辑推荐

《沟通式销售:沟通大师教你打动顾客的心》将介绍：销售应该是建立关系，累积友谊的过程，在销售的当下，解决顾客的问题，满足顾客的需求，然后才实现自己的梦想。

同时，应该建立一种关系，这种关系，可以是深，可以是浅，但一定是由浅而深，由松而紧。

关系本身就是一种力量，就是一种财富。

建立一种双方沟通未来的管道。

先是建立管道，再是培育管道，再是加固管道。

管道是你事业的源泉，是财富之河的通路。

要做到这些，就要用到《沟通式销售》中诸多的观念和技巧。

它指导您在适当的场合、适当的时间、用适当的方式、适当的语言、准确自信的表达想要说的话，得到自己想要的结果。

<<沟通式销售>>

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>