

<<底线-王牌业务销售特训手册>>

图书基本信息

书名：<<底线-王牌业务销售特训手册>>

13位ISBN编号：9787502840303

10位ISBN编号：7502840303

出版时间：2012-5

出版时间：地震出版社

作者：宋孟林

页数：304

字数：247000

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>

<<底线-王牌业务销售特训手册>>

前言

奔驰车真的值那么多钱吗？
可口可乐是最好的汽水吗？
麦当劳拥有最好吃的薯条吗？
耐克鞋穿在脚上真能让你身轻如燕吗？
……这些成功的商品，为什么轻易地赢得了世界？

一般人谈到销售，好像无所不能，好像不论什么样的产品，只要用上一定的手段，都可以销出去。甚至在不少人的心目中，“销售”似乎总是商家设计的圈套，总是被一些追逐利润者在幕后操纵的，是一门欺骗、诱惑消费者吃亏上当的“艺术”。

然而，如果你要想成为商场真正的持久的成功者，就要懂得，营销是有底线的，一切营销行动都必须在这个底线之上。

如果受一时的诱惑，为一时的利益去“铤而走险”，不择手段，最终只能面对失败和惩罚。

正所谓：“君子爱财，取之有道。”

” 成功的销售是有一定的原则和方法的。

《底线——王牌业务销售特训手册》，将通过一系列简明的理念和实用的技巧，一步步指导你如何在不欺骗消费者的前提下，把生意做成，最终买卖双方取得双赢的结果。

只要你愿意阅读并积极尝试，就能够从中受益，努力去创造和把握更多的机会，成为销售的高手，逐渐改写平凡的人生，开创绚丽多彩的前程。

<<底线-王牌业务销售特训手册>>

内容概要

《底线：王牌业务销售特训手册》在坚持不欺骗顾客这条底线的前提下，介绍了一系列简明的理念，如：销售人员首先推销的是自己，其次是推销商品的功能，最后推销的才是商品本身；推销员不能仅仅拥有商品及推销的基本常识(素质、礼仪等)，还要设法了解顾客的需要，认真分析顾客的需要，然后尽量满足他们；尽量让客户充分表达意见，当出现分歧的时候，尽量让客户扮演“正确”的角色，以宽容的心态去处理顾客的抱怨，认真对待顾客的换货或退货要求……

《底线：王牌业务销售特训手册》由宋孟林编写。

作者简介

宋孟林，男，1964年出生于吉林省长白山市，吉林大学商学院研究生，高级经济师。

1986年在吉林市新华书店参加工作，先后任音像公司经理、图书批销中心经理。

2002年任吉林省新华书店集团长春市有限责任公司常务副总经理。

2007年任吉林省新华书店集团有限责任公司副总经理。

2010年至今，任吉林省新华书店集团有限责任公司副总经理兼吉林省新华书店集团长春市有限责任公司董事长、总经理。

<<底线-王牌业务销售特训手册>>

书籍目录

一、销售成功与否在很大程度上取决于业务员的头脑

有效开展销售工作需要灵活的思路和全面的技能

销售的过程绝不仅仅只是就产品来论产品

要培养奋发向上、不断进取的心态

按照“销售精英”原则去行动

以常人想象不到的方式巧用名人造势

在销售活动中打动对手、征服对手的心

让顾客先试用后购买是一种高明的策略

运用心理战术，获得讨价还价的胜利

在不损害自己利益的前提下让客户感到满意

坚韧不拔，不达目的不罢休

以强大的信心和“不可能的”客户做生意

【思考与训练】

二、了解顾客的心理，准确把握顾客的需要

真正摸透了顾客的心理才能投其所好

抓住顾客购买某种商品的真正原因

深入研究顾客购买商品的行为习惯

采用多种方法对购买者的行为进行研究

了解现代人消费需求的一般特征

分析消费者购买的各种心理因素

满足客户的特殊需求才能成功地进行销售

以先了解和满足顾客的需求为前提

通过观察动作和表情来了解顾客

不同年龄的客户爱好和选购原则不同

消费者的购买态度影响消费者的购买行为

不同类型的顾客对营销活动的反应是迥然不同的

巧妙提问以引起顾客的注意和兴趣

【思考与训练】

三、积极开发新客户，努力笼络老顾客

在我们身边时刻都有可以发掘的新客户

首先从自己认识的人中寻找潜在的客户

努力收集和深入了解顾客的资料

对潜在客户进行分析和分类

对不同的“潜在客户”采取不同的对策

充分利用广告信函“创造”顾客

认真拟订对潜在客户的拜访计划

得体地使用电话联系客户

接到客户打来的电话时不要急着谈生意

保持你的主动性，积极约见客户

高度重视和积极满足老客户

采取更有效的措施吸引回头客

尽可能把售后服务做得完美些

【思考与训练】

四、展现魅力，给客户留下鲜明的印象

努力在客户面前树立良好的个人形象

<<底线-王牌业务销售特训手册>>

通过适当、得体的衣着赢得顾客对你的信任
在各个细微之处注意自己的魅力
表现出诚恳实在、平易近人的态度
推销自己比推销产品更重要
尽量吸引顾客更多的注意
谈话适可而止，给客户留下悬念
热情真诚地对待顾客是成功销售的关键
积极培养自己的真诚和热情
学会用得体的微笑去征服客户

【思考与训练】

五、以顾客为中心，把顾客当做上帝
树立市场营销观念，积极善待顾客
一定要把客户当做世界上最重要的人
建立真正的朋友关系生意就好做了
善于倾听客户的说话也是一种重要才能
让客户充分表达他的意见是明智之举
把优良的服务当做最好的销售手段
建立良好的信誉，避免欺骗客户
以宽容和理解的态度处理顾客的抱怨
尽量“让顾客正确”往往是值得和明智的
迅速而圆满地去解决售后服务问题
用户至上，建立良好的顾客关系
真心诚意地去面对希望退货的顾客
一定要避免那些常见的伤害客户的错误

【思考与训练】

六、熟练运用口才技巧，努力提高销售成绩
运用好口才，发挥好自己独特的音色
开始几句话必须生动有力，吸引客户
娴熟而全面地介绍自己所销售的产品
采用确切、实在的讲解用语
从客户的兴趣或爱好引发话题
使用得体的、易与顾客建立真诚关系的语言
巧妙地为较高的价格进行辩解和掩饰
强调服务水平作为讨价还价的手段
适时巧妙地给顾客提建议以达到促销的目的
有效而得体地答复顾客提出的问题
敏捷地控制话题，逐渐靠近目标
先向顾客提出一些试探性问题
面对客户的拒绝进行耐心而有力的说服
在不欺骗顾客的情况下打动他的心

【思考与训练】

七、帮顾客打消疑虑，下定购买的决心
把顾客的潜意识中的消费欲望引导出来
把销售过程中每个阶段的工作都做到位
得体展示，让顾客亲身感受商品的特性
将贴近顾客的观念和承诺付诸实践
引导犹豫不决的客户做出购买决定

<<底线-王牌业务销售特训手册>>

用最有说服力的证据证明产品的价值
把顾客提出异议当做成交的前奏
采用适宜的步骤有效说服客户
直接否定顾客所提出的异议
迂回委婉地否定顾客提出的异议
通过提问题，引导顾客自己消除疑虑
提出优点对顾客的异议进行抵消和补偿
用顾客拒绝的理由去说服他
得体“示弱”，满足客户的挑剔心理
【思考与训练】

<<底线-王牌业务销售特训手册>>

章节摘录

要培养奋发向上、不断进取的心态 有学者对众多成功的推销员的调查研究发现,虽然他们每个人的年龄、相貌、个性、想法、家世背景等都有所不同,但他们却都具有一个共同的地方,即都具有奋发向上、不断进取的心态。

这也许是他们成功的最重要的因素。

销售人员具有良好的心理环境和心理状态,有利于影响和激发顾客采取购买行为。因此,成功的推销者大多善于首先把自己推销给顾客,将商品推销的重点放在自我推销上,以赢得顾客的理解、喜爱和信任,其次才是在此基础上推销其商品,由此而使推销目的得以顺利实现。国内外无数成功与失败的推销事例告诉我们,推销的成败主要不在商品的魅力,而在于推销员本身的魅力。

推销员的魅力,一个很重要的方面来自于其内在的良好心理品格。

要使自己成为一名合格的和卓有成效地从事推销业的推销员,要努力做到:相信自己能够胜任推销工作,相信自己能够说服顾客购买商品,相信自己能够战胜推销活动中的各种困难,无论顺境还是逆境,始终对推销事业充满必胜的信心,培养坚定的自信心,是推销员迈向成功的第一步。

一位先哲曾经说过:“自信是走向成功的敲门砖。”

推销工作的成败,首先取决于推销员的心理状态,其次才是其能力。

自信是一种积极的心理暗示,并能转变为达到目标的积极行动,促使人们以必定成功的姿态,竭尽全力去完成预定的计划或任务。

当我们确信某种事情一定会实现时,结果往往能如愿以偿。

相反,那种消极的心理预想,因其束缚压抑人心的作用力很大,结果失败的机率往往较高。

销售人员的自信心,还能帮助其赢得顾客的信任。

正如满怀热情的人能使别人产生热情一样,一个人在充满自信的状态下与人交往,便易于得到对方的信任。

有这样一句名言:“自信的人才容易赢得别人的信任。”

销售人员只有对自己充满信心,才能感染顾客。

影响顾客,改变顾客的态度,使顾客对你产生信心,进而相信并购买你所推销的商品。

而缺乏自信,就会在推销活动中缩手缩脚、遇难而退、坐失良机、无所作为。

怎样培养自信心呢?

首先,要有一个全面的自我认识和正确的自我评价。

销售人员培养自信心要做的第一件事,就是全面而深入地了解自己的各个方面,包括个性、兴趣、特长、知识水平、实际能力、价值观念及以往的成功经验和失败教训等。

然后,对自己的各个方面进行分析、比较、判断,弄清自己的长处和短处,优势和弱势,稳定因素和非稳定因素,现实方面和潜在方面等等,并将这些方面同自己的推销工作联系起来综合考虑、全面衡量,做出正确、客观的自我评价。

在此基础上,推销员可通过“扬长避短”来培养自己的自信心。

——就是相信自己的长处。

相信自己的优势,相信自己比较稳定的优良品质,相信自己成功的经验。

相信自己通过努力可将潜能发掘出来。

相信自己通过综合优势的发挥能把握住成功的时机。

能达到预定的推销目的。

其次,要克服自卑心理和畏难情绪。

缺乏自信的推销员,要么是自卑心理很重,认为自己这不行那不行,甚至觉得自己不是做推销工作的“料”;要么就是有畏难情绪,“怕”字当头,怕推销干不好,怕顾客拒绝,怕商品卖不出去。

自卑感和畏难情绪严重妨碍自信心的确立,必须加以消除。

自卑感的产生,虽然与缺乏锻炼有关,但不良的心理习惯是更重要的原因。

推销员要克服自卑感,建立自信心,就应既看到自己的缺点,更要看到自己的优点,多想自己的长处

<<底线-王牌业务销售特训手册>>

多想自己的优点和长处，就能造成心理环境的良性循环，从而萌发和逐步强化相信自己的意识。即使看自己的缺点和不足，也是以一种积极的心理倾向正视它，正视的目的在于努力去改变，而非消极地自我萎缩和自我沉没。

克服自卑感的另一个重要方面，就是用发展的眼光看待自己，今天不会的，通过勤奋学习明天就能成为内行，现在不是干推销这块“料”，通过奋发努力将来准会成为推销能手。

畏难情绪是自信心的又一大敌。

心理实验表明，越是惧怕的事情就越容易发生。

做推销工作，挫折与失败是难免的，向各种顾客推销商品，碰钉子也是常有的事。

但如果以消极被动的心态对待挫折，在失败的面前抬不起头来，就会被挫折与失败打倒，二事无成。失败是暂时的，失败仅仅发生在某次行为或某件事情上，对于一名优秀的推销员来说，他的内心永远没有失败的阴影，只有充分的自信，必胜的信念。

成功的推销员的优良品格，不仅在于其取得成功后能够再接再厉，乘胜前进。

更在于其遭到拒绝或失败后。

能够将它们转变为获取成功的因素。

或直接当作攀登成功的阶梯。

成功可以生长自信，失败也能从反面培植和强化自信。

能否做到这一点，可以作为衡量一个推销员是否真正建立起自信心的标志。

第三，要在推销实践中加强心理训练。

克服不良心理习惯的过程，也是一个培养自信心的过程。

心理训练的一种有效方法是自我暗示，推销员可在推销实践中经常进行积极的自我心理暗示，逐步增强自信心。

比如，面对新的环境而生担忧时，就暗示自己很快能够适应新环境；接触陌生顾客缺乏勇气时，可自我暗示总有办法说服其购买自己所推销的商品；在失败面前，迫使自己多想想以往的成功；开拓新的推销局面时，常默念自己的资历和业绩，将自己想象成一名出色的推销员，反复告诉自己一定能实现预期的目标。

提高自信，是一个积极的、自我激励的心理强化过程。

一位心理医生这样说过：“你愈练习得好像对自己很有信心，就愈能造成一种你很内行的气氛。

” P10-13

<<底线-王牌业务销售特训手册>>

编辑推荐

宋孟林编写的这本《底线：王牌业务销售特训手册》用通俗易懂的语言，介绍了许多成功销售的原则和方法。

只要您细心阅读，并在实践中巧妙运用，那么实现顺利销售、与顾客双赢、事业的成功打造的目标便指日可待！

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>