

## <<与客户有效沟通的N个技巧>>

### 图书基本信息

书名：<<与客户有效沟通的N个技巧>>

13位ISBN编号：9787506436458

10位ISBN编号：7506436450

出版时间：2006-2

出版时间：中国纺织出版社

作者：李建军/俞慧霞编

页数：248

字数：197000

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>

## <<与客户有效沟通的N个技巧>>

### 内容概要

销售工作实际上就是一项与客户不断保持沟通的工作，谁与客户之间的沟通更为有效，谁就是其中的佼佼者，否则就只能在一次一次的较量中败走麦城。

那么，如何赢得客户，如何应对客户的拒绝，如何让客户钟情于你以及你公司的产品呢？

有着丰富经验的作者根据他们多年来的实战经验总结出48个与客户有效沟通的技巧，帮你快速掌握其中的秘诀。

## <<与客户有效沟通的N个技巧>>

### 作者简介

李建军，中国人民大学MBA。

现任北京曼特·阿肯集团服务总监、集团培训机构高级顾问，在加强客户服务管理和完善客户服务技能方面具有多年经验，并成功开设多期“金钥匙服务体系”课程。

俞慧霞，从事市场营销工作多年，曾在多家公司担任咨询顾问，主要研究方向有：市场营

## <<与客户有效沟通的N个技巧>>

### 书籍目录

第一部分 做好沟通前的准备工作 技巧1 对产品保持足够的热情 技巧2 充分了解产品信息 技巧3 掌握介绍自己和产品的艺术 技巧4 准备好你的销售道具 技巧5 明确每次销售的目标 第二部分 管好你的目标客户 技巧6 科学划分客户群 技巧7 把后关键客户 技巧8 管理客户的重要信息 技巧9 找到有决策权的购买者 技巧10 有技巧地考察客户 第三部分 沟通过程中的主动进攻策略 技巧11 让客户说出愿意购买的条件 技巧12 适度运用“威胁”策略 技巧13 提出超出底线的要求 技巧14 巧用退而求其次的策略 技巧15 为客户提供真诚建议 技巧16 为客户提供周到服务 技巧18 以让步换取客户认同 第四部分 有效应对客户的技巧 技巧19 巧妙应对客户的不同反应 技巧20 不要阻止客户说出拒绝理由 技巧21 应对客户拒绝购买的妙招 技巧22 分散客户的注意力 技巧23 告诉顾客事实真相 第五部分 与客户保持良好互动 技巧24 锤炼向客户提问的技巧 技巧25 向客户展示购买产品的好处 技巧26 有效倾听客户谈话 技巧27 使用精确的数据说服客户 技巧28 身体语言的数据说服客户 技巧29 寻找共同话题 第六部分 准确捕捉客户的心思 技巧30 真诚了解客户的需求 技巧31 把握客户的折中心理 技巧32 准确分析客户的决定过程 技巧33 对症下药地解决客户疑虑 技巧34 了解来自于客户的负面因素 第七部分 值得你特别注意的问题 ..... 第八部分 做好沟通之外的沟通参考书目

## &lt;&lt;与客户有效沟通的N个技巧&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘如何保持并向客户有效传递对产品的浓厚共趣 在构思此书之前,我们曾经访问过许多公司的销售能手,这些销售能手来自不同的领域,他们的销售技巧也各有侧重,但是他们在销售过程中却都有一个共同的特点,那就是对产品具有十分浓厚的兴趣。

其实大多数从事推销工作的人都知道,对产品保持浓厚兴趣对于促成交易的作用,可是人们却很难在实际推销过程中表现出应有的热情,从而无法向客户传递对产品的积极态度,最终的销售成果自然也就不尽如人意了。

如何保持并向客户有效传递对产品的浓厚兴趣呢?推销人员不妨从以下几点做起:(1)调整好自己的心态。

有些推销员在与客户沟通之前就开始为一系列问题忧心忡忡——如果客户百般拒绝怎么办?如果销售不成功问题将会多么严重?结果越是这样忧虑,在沟通过程中就越是容易出现问题,因为你在忧虑的同时,实际上也将自己的消极情绪传递到了客户那里,客户是不会对一个悲观消极的推销员所推销的产品产生兴趣的。

为此,推销员应该培养自己积极乐观的心态,当你的心态变得积极时,客户自然会受到你的影响。

(2)多用激励人心的语言。

尽可能地不要用消极、负面的词语进行表达,而应该想办法将自己的语言转化为激励客户尝试的信号。

比如,当一位顾客表示某种遥控玩具“价格过于昂贵”时,该玩具销售人员只说了一句话,便令顾客十分开心地购买了此类玩具。

他是这样说的:“现在正规厂家的儿童类玩具普遍价格较高,不过质量非常有保障,而且这种玩具对于培养孩子的思维的确具有重要作用。”

(3)在挫折面前坚定信念。

有很多被访问的推销员都有这样的抱怨:“现实情况远非人们最初想像的那样美好,原本我对推销工作、对企业以及对自己所推销的产品都具有十分浓厚的兴趣,而且在很长一段时间之内我都对产品保持着十分高涨的热情。

可是现实常常给我的热情泼冷水,种种挫折已经把我对产品的兴趣渐渐磨没了。

我想,在诸多艰难险阻面前,除非意志有如钢铁般坚硬,否则是无法一直保持对产品的浓厚兴趣的。”

诚然,现实生活总是会存在很多挫折和不利因素,对于竞争激烈的推销工作来说尤其如此。

客户的不理不睬、竞争对手的挤压、企业内部的压力还有家人的不理解等等,这些都是对推销人员的积极性和热忱态度的考验。

如果推销人员不能经受住这些不可避免的考验,那就只能垂头丧气地接受自己不愿意接受的现实——一次又一次的推销失败。

当推销人员经受住各种考验的时候,他就会向客户成功传递对产品的坚定信念,成功说服客户成为该产品的忠实购买者。

这样的推销人员往往会让客户认为,自己购买的产品或服务是最物有所值的,其他同类产品或服务蕴含的价值远不如自己购买的东西。

当客户产生这样的积极回应时,推销员就会更容易与之建立起长期合作的关系,而且客户的反应还会反过来增强自己对产品的信念。

即使客户最终没有购买产品,他们同样会被销售人员的热情所感染,这对推销人员同样有百利而无一害。

安利的直销方式长期以来一直备受争议,撇去遭受争议的销售机制等不谈,这里单说安利直销人员对产品的那份热情。

长期以来,销售专家和学者以及销售实战家们一直都对安利直销人员的热情保持着很大关注。

其实不仅是这些从事研究或实际销售工作的人们对安利直销人员的热情有兴趣,就是很多无意于此的普通人也感受到了来自安利直销人员的热情。

安利直销人员仿佛无处不在,人们无论是在车站候车时、书店看书时,还是在商场购物或其他场所,

## <<与客户有效沟通的N个技巧>>

几乎都会遇到热情而颇具亲和力的安利直销人员。

而且，无论人们最初的反应多么冷淡、对他们推销的产品表示出多么的疑惑和不屑，甚至一腔热情遭到的是明显的冷嘲热讽，安利的直销人员也丝毫不会降低自己对产品的热情程度。

这些直销人员的热情常常会令很多无意购买、甚至排斥直销活动的人对他们推销的产品产生一定的兴趣，即使最终客户没有购买，可是这些直销人员却通过自己的行为表现在很大范围内对本公司的产品进行了有效宣传。

很多颇具实战经验的销售能手们都表示，他们在销售过程中遇到的挫折并不比其他推销人员少，但是他们却能创造出比别人出色得多的优秀业绩，原因就是不论遭受怎样的挫折，他们都不会淡化和放弃对产品的兴趣，而且还会通过自己坚持不懈的热情向客户证明他们推销的产品有多么出色，通常还会使购买这些产品的客户认为自己花在这些产品上的钱有多么值得。

专家提醒 热情来自于你对产品或服务真诚而坚定的信念。

客户对你的产品或服务是否感兴趣，很多时候源自于你对产品或服务的态度。

销售活动中必定会有许多挫折，但无论如何都不要失去对产品或服务的信心和热情，除非你心甘情愿地接受失败。

说服客户的往往不是理性的说明，而是你所传递给他们的对产品的信念。

P6-8

## <<与客户有效沟通的N个技巧>>

### 媒体关注与评论

书评掌握了与客户沟通的技巧，也就掌握了成交的关键。

如何说服客户？

如何与客户建立友好的关系？

如何让客户钟情于你以及你的公司？

本书总结出近50个常见的沟通技巧，能帮你快速掌握在销售中所遇到的众多棘手问题。

销售人员唯一的工作就是与客户保持最有效的沟通。

在生意场上，做一名好听众远比自己夸夸其谈有用得多。

如果你对客户的话感兴趣，并且有急切想听下去的欲望，那么订单通常会不请自到。

——全球知名成功学家 戴尔·卡耐基 销售和行医一样，没有诊断就开处方就是

渎职。

——未来学家 约翰·奈斯比特 客户的满意没有价值，客户的忠诚才是无价之宝

。

——全球顶级销售培训教练 杰弗里·吉特默 如果你没有将产品成功销售出去，

那么责任不在产品，而在于你。

——雅诗·兰黛公司创始人 雅诗·兰黛 有些销售人员之所以失败，是因为他们

根本不知道什么是销售的关键点。

其实关键点很简单，就是：客户最基本的需求或最感兴趣的细节。

——美国人寿保险创始人 弗兰克·贝特格

## <<与客户有效沟通的N个技巧>>

### 编辑推荐

掌握了与客户沟通的技巧，也就掌握了成交的关键。

因此，销售人员唯一的工作就是与客户保持最有效的沟通。

《与客户有效沟通的N个技巧》正是作者多年来销售实战经验的总结，是销售人员的沟通宝典。

48个与客户有效沟通的技巧，让你在实战中应对自如！

## <<与客户有效沟通的N个技巧>>

### 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>