

<<如何与各种客户打交道>>

图书基本信息

书名：<<如何与各种客户打交道>>

13位ISBN编号：9787511310040

10位ISBN编号：7511310044

出版时间：2011-1

出版时间：中国华侨

作者：宇琦

页数：271

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>

<<如何与各种客户打交道>>

内容概要

作为职场人士尤其是销售人员，每天要面对的客户可以说是形形色色，因此，能与他们每个人都融洽地相处也是件容易的事，但如果能掌握一些与客户打交道的方法与技巧，进而赢得客户的认同，便可大大提高销售的成功率。

本书分十五个章节，把如何与各种客户打交道的技巧，融于从刚认识客户、开展销售工作、业务实施并最终完美成交的整个过程。

让读者在真实具体的销售环境中，体会并学到与客户交往的方法，从而在实际工作中得以灵活运用。

<<如何与各种客户打交道>>

书籍目录

第一章 精彩的开场，才会有精彩的结局 见面第一句话用假设来接触客户：赢得一个介绍产品的机会 当老师的自豪感不言而喻，不妨试着用请教的方式来开场 赞美的语言似晴天下的阳光，虽然飘渺，但很温暖 幽默的寒暄之后，你和客户将会融入更加轻松的氛围 机智幽默的点评开场，不但轻松，更会让客户赏识你的机智 老友的感觉是放松的，为了接下来的谈话，让客户把你当成老朋友 通过别人的介绍来肯定自己，这一招往往让人很踏实 一句有意无意的关心，比绞尽脑汁的策划更能打动人心 激发客户的好奇心，是吸引客户最好的方式

第二章 了解客户的心理弱点再逐个击破 “爱慕虚荣型”——满足客户的虚荣心显得尤为重要 “脾气暴躁型”——你的冷静耐心将会博得他的好感 “小心谨慎型”——用坦诚的态度来让他悬着的心放下 “性格强硬型”——对于这类客户，“以柔克刚”永远适用 “沉默寡言型”——引发客户的交谈欲是首要任务 “自命不凡型”——不要否定对方，必要时用肯定表示否定 “多疑型”——用故事来使对方下定决心 “随和型”——用诚心可以换回的“回头客” “怪癖型”——了解，然后投其所好，继而微笑

第三章 一分钟内还不了解客户 你的成交概率就减少三分之一 也许客户能够掩盖自己的表情，但是“笑”和“眼神”不包括在内 穿着不能够说明一个人的品德，但是能说明他的购买力 掌握成交之前的客户白勺语言和动作，就像是抓住客户的心灵 多让客户“走两步”，逆境会由此露出转机 客户的心理变化虽然不好猜测，但是却有一定的“轨迹” 第一次就找到那个“当家人”，这样你就胜利了一半 多观察客户的动作、手势，这和他的性格紧密相连

第四章 和客户打交道，懂一些心理战术很必要 欲擒故纵——难以得到的东西往往“更好” 趋利避害——让客户为利益所动心，驱动客户消费 互惠互利——小因惠带来大利润 物超所值——让客户“划算”，客户才会让你更划算 以静制动——靠质量来打动客户，好的东西胜过千言万语 避实就虚——如果客户的防御心理很重，那就想办法避开这堵“墙” ……

第五章 在电话里有“第一耳”感染客户

第六章 这些话也许会成为“成交杀手”

第七章 请像专家一样说话

第八章 客户的话像藏宝图，看你会听不会听

第九章 客户提出反对意见，你就更有成功胜算

第十章 看清楚客户话语后的潜台词

第十一章 客户的抱怨不足为奇，关键是怎样应对

第十二章 讨价还价中的攻心说话术

第十三章 敲定最终成交，做一个情感“狙击手”吧

<<如何与各种客户打交道>>

章节摘录

版权页：第一章 精彩的开场，才会有精彩的结局见面第一句话用假设来接触客户：赢得一个介绍产品的机会见面后用假设的问句来接触客户，让客户给你一个机会介绍你的产品，你与客户的交易才可能有一个开始。

假设问句开场白指的是将产品最终能带给客户的利益及好处，转换成一种问句的方式来询问客户，借此让客户在你一开始进行产品介绍时，就能产生好奇心及期待感。

举例来说，假设你的产品最终能带给客户的利益点是可以节省他们的某些成本开支和增加他们的某些利润，那么在一开始接触客户时，我们可以直接问：“先生/小姐，如果我有一种方法能够帮助您每月提高1000元的利润或节省1000元的开支，请问您会有兴趣抽出10分钟的时间来了解吗？”

”使用此种问句方式，让客户给你一个机会，开始介绍你的产品。

而当你介绍完你的产品之后，只要你能够证明你的产品或服务能够达到当初所承诺的效果，那么这个客户就不会说“没有兴趣”。

或者你可以问：“假设我有一种方法可以帮助你们公司提高20%~30%的业绩，而且这一方法经过验证之后真正有效，你愿意不愿意花几百元钱来投资在这件事情上面呢？”

”在这种情况下，如果客户的回答是肯定的，那么接下来你所要做的产品介绍和说明，就是很简单地去验证你的产品和服务是否能帮助客户提高他们的业绩，那么自然而然地他们就能够做出购买决定了。

曾有一名某图书公司的销售人员总是从容不迫、平心静气地以提出问题的方式来接近顾客。

“如果我送给您一套有关个人效率的书籍，您打开书发现内容十分有趣，您会读一读吗？”

”“如果您读了之后非常喜欢这套书，您会买下吗？”

”“如果您没有发现其中的乐趣，您把书重新塞进这个包里给我寄回，行吗？”

”找出在你的产品销售过程中最常见的客户抗拒点，可以使用假设问句法来询问你的客户。

例如你所销售的是健康食品，而一般客户可能最常见的抗拒点是怀疑产品的有效性，那么你可以一开始就问他：“如果我能证明这一产品真的有效，您是不是会有兴趣购买呢？”

”使用这种假设问句法，让客户自己回答说：“只要……我就会买。”

”让客户自己做出承诺。

这样之后，只要你能证明产品是有效的，客户购买的意愿自然就会增加。

任何一位顾客都不能被别人说服的，能够说服他的只有他自己。

<<如何与各种客户打交道>>

编辑推荐

《如何与各种客户打交道》：像家人一样对待朋友，像朋友一样对待客户。

客户最需要的是什么？

客户最满意的是什么？

客户最害怕的是什么？

客户最忌讳的是什么？

掌握这些因素，你就可以成为一个顶尖业务员。

做业务最重要的一门必修课。

<<如何与各种客户打交道>>

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>