第一图书网, tushu007.com

<<每天用一点销售攻心术>>

图书基本信息

书名：<<每天用一点销售攻心术>>

13位ISBN编号：9787514105957

10位ISBN编号：7514105956

出版时间：2010-10

出版时间：经济科学出版社

作者：张帅

页数：259

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

前言

销售行业有一句名言：“ 成功的推销员一定是一个伟大的心理学家。
”每个销售人员从一开始找到客户直到完成交易，他所需要做的不仅仅是细致的安排和周密的计划，更需要和客户进行心理上的交战，所以从这个角度来看，销售人员必须了解客户的心理，善于运用攻心术，才能更好地完成销售工作。
就像现实生活中，你想钓到鱼，最重要的东西就是鱼饵了。
因为不同种类的鱼对于鱼饵的喜好也不同。
因此，你就必须站在鱼儿的立场上去思考它们喜欢吃什么。
一个完全的、系统的销售活动，需要销售员从一开始就注入对客户的关怀之心，这种关怀之心不是空洞的概念，它意味着销售员知道客户需要什么，想办法满足这些需要后对客户会产生什么价值，什么时候解决客户这些需要是最恰当的。
一类销售员经常去拜访客户，一天拜访的客户可能相当于正常商务人士一个月的拜访量，也许更多，但是也许99%的客户都拒绝了他们。
另外，当他们进行电话销售时，会发现整个过程充斥了抵触、蔑视甚至是暴吼的声音。
而有一类销售员，打的电话很少，拜访客户的次数也很少，在一个月内的一段时间集中去走访一批人，有新客户也有老客户，但销售量几乎是前者的5倍。
为什么会出现这样的情况呢？
原因很简单：后者一直关注其客户在做什么，有什么需要，然后会在最恰当的时间为他们提供帮助。
原来销售的秘密这么一句话就能概括！
在某种意义上，这就是销售中最重要的两个技术：找准需要、选对时机。
你需要策略性地在恰当的时机，用恰当的方式向客户销售。
接下来的工作便顺理成章——你要针对客户的特征，设计好每一个动作、每一句话，了解客户每一个细致人微的想法，并用最巧妙的方式化解客户心里的困惑。
这就是所谓的攻心过程，它包括了销售机会的管理、销售切入点分析、实用的销售技术等。
事实上，只要你能够对上面的每一个环节都进行深入的钻研和设计，那些与你合作过的客户，将一如既往地支持你，你的销售事业也就能够快速地进入到一个良性发展的轨道上来。
销售的本质就是信任，信任是客户购买产品和服务的唯一理由，也是客户购买产品的充分必要条件，所以掌控客户心理、赢得客户信任是销售员的终极目标。
而销售员在销售过程中，能不能灵活运用一些攻心术便成了决定销售成败的关键所在。
销售既是一种职业，也是一门科学，一门艺术，更是一场销售人员与客户之间的心理博弈。
销售的博弈，攻心为上！
但是，在实际销售当中，很多销售人员却都忽略了心理销售这一重要环节。
然而，所有的销售人员都应该知道，销售工作是面对人的，可以说顾客就是市场。
因此，销售人员在销售过程中应知道客户是怎么想的，这比什么都重要。
销售不懂攻心，就如同前行在茫茫的黑夜，没有出路，也看不清方向。
没有业绩的根本问题在于没有打开客户的心门、消除他们的疑虑、卸下他们的心防。
销售用嘴不如用心，“ 攻心术 ”就是在激烈的市场竞争中提升销售业绩的决胜秘籍。
本书是一本结合销售实践和最新心理学研究成果的实用工具书，对销售人员在销售的过程中的不同阶段、消费者的不同心理以及销售人员应该怎么去面对客户等方面都作了详细的介绍，书中用大量的销售实战案例，向你展开了一幅引人人胜的成功销售路线图，可以帮你掌握客户的性格类型、洞察客户的心理需求、突破客户的心理防线，是你提升销售业绩、改善人际关系、增加销售收入的必备秘密武器，也是企业员工销售力、沟通力培训的最佳读本。

内容概要

本书是一本结合销售实践和最新心理学研究成果的实用工具书，对销售人员在销售的过程中的不同阶段、消费者的不同心理以及销售人员应该怎么去面对客户等方面都作了详细的介绍，本书中用大量的销售实战案例，向你展开了一幅引人人胜的成功销售路线图，可以帮你掌握客户的性格类型、洞察客户的心理需求、突破客户的心理防线，是你提升销售业绩、改善人际关系、增加销售收入的必备秘密武器，也是企业员工销售力、沟通力培训的最佳读本。

<<每天用一点销售攻心术>>

书籍目录

人脉篇
第1节 拥有友谊就拥有客户
第2节 要做销售，先交朋友
第3节 如何与客户“打”成一片
第4节 打造黄金人脉组合
第5节 扩大交际圈，积累人脉
第6节 靠老客户赢得新客户
第7节 抽空管理你的客户
第8节 讲交情也要看场合
机遇篇
第9节 销售之行，始于扫街
第10节 不打不成交——电话销售的技巧
第1l节 有效拜访是销售成功的第一步
第12节 货卖一张嘴，全凭舌上功
第13节 销售的关键在产品卖出之后
第14节 和你的客户“谈恋爱”
第15节 学会“调情”，让你的客户“为之心动”
第16节 腿脚勤快，讨客户欢心
第17节 改变交际手腕，出奇制胜
第18节 抓住促成销售的“关键人”
策略篇
第19节 怎样报价才有效
第20节 讨价还价有技巧
第21节 不抽烟喝酒打牌，照样能做好销售
第22节 抓住客户的心，讲究销售策略
第23节 成功销售=98%人性了解+2%专业知识
第24节 人脉销售三步走
第25节 主动销售，抓住奔跑的“兔子”
第26节 另类销售，不是教你坏
第27节 多面销售，唱好红脸白脸
第28节 人性销售：把冰箱卖到北极
绩效篇
第29节 学会吃亏，放长线钓大鱼
第30节 让客户为消费心理买单
第31节 投其所好，赢得客户
第32节 真心为“客”，“赢”销之道
第33节 做销售，让客户高兴
第34节 管理心理账户，让客户觉得物有所值
第35节 储存客户信任，轻松赢得订单
危机篇
第36节 客户拒绝时如何做销售
第37节 客户心情不好时如何做销售
第38节 客户欠款时如何讨债
第39节 客户难缠时如何处理
第40节 客户投诉时如何“灭火”

第41节 客户无理取闹时如何应对
第42节 与客户闹僵时如何收场
第43节 客户关系恶化时如何维护
参考书目

章节摘录

有一条古老的商业格言说：“ 条件一样，人们想和朋友做生意；条件不一样，人们还是想和朋友做生意。
”中国是一个人情的国度，凡在国内办事，只要有一个“ 情 ”在，事情就会办得比较顺利。
据相关调查，半数以上的销售是因友谊而做成的，半数以上的商业关系也因友谊而得以保持。
很多人把这种关系叫做“ 好老弟关系网 ”，还有一些人把这叫做“ 认识人 ”，但实际上都是指人情型销售。
如果认为拥有最好的产品、服务和价格，就可以把东西卖出去，就错了一大半。
如果说一半的销售都源自人情的关系，作为销售人员若还没有把潜在客户（或现有的客户）变成朋友，那就失去了至少一半的市场。
1．打破传统的销售观念。
建立和谐关系传统的销售观念往往喜欢塑造一种我强你弱、我上你下、我专业你不懂的销售关系。
销售人员往往喜欢装扮出一种强势姿态：我专业，客户不专业；我对，客户错；你不听我的，你就会吃亏。
这种姿态的出现，往往基于在传统的信息发布平台上，销售人员对信息的掌握速度及信息量更优先。
可是，随着信息平台的开放，只要愿意，任何一名客户都有可能成为该行业的专家。
而且，在竞争越来越激烈的市场上，只要销售人员不能向客户提供愉悦的购物体验，客户们就将立即毫不留情地转向竞争对手。
在现在的博弈格局中，客户不再单纯地需要被指导、被教训、被要求。
客户更需要被关怀、被喜欢、被重视——或者我们也可以称之为对爱、对友谊的需求。
销售人员向客户提供的愉悦且独一无二的购买体验才是销售工作的真正价值核心所在。
所以，销售人员必须学会与客户建立和谐关系。
和谐关系可以让客户放下对销售人员的防御心，可以让销售人员进入到客户的心里。
同时，还可以举重若轻地处理客户异议，让客户焦虑紧张的情绪得以舒缓。
2．拥有了友谊。
拥有了客户河南某酒业的胡军对“ 与客户交朋友，业绩无忧 ”深有感触：“ 自从我把朋友经营好了，我觉得现在做酒是越来越轻松了。
”他究竟是怎样经营朋友的呢？
一个偶然的机会，胡军看中了酒行业，风风火火地投身其中，开办起了公司。
仅6年时间，没有任何经销酒水经验的他，成功地代理了几个知名酒产品，并且将这些产品都做得红红火火，年销售额轻松跃上千万元。
一个外行取得这样的成绩，让很多人感到不可思议。
对此，胡军解释：“ 中国有句俗语叫‘ 金钱如粪土，朋友值千金 ’。
我刚刚进入这个行业不久，需要朋友指点和帮助的地方很多，所以当然要广交朋友，把朋友放在首位了。
”清楚中国人情世故的他明白一个道理，朋友多了路好走，把朋友经营好了，同样能成功。
……

第一图书网, tushu007.com

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