

<<30分钟成功销售手册>>

图书基本信息

<<30分钟成功销售手册>>

内容概要

本书对销售人员应当掌握的基本能力和最新的销售理念进行了详细介绍，包括销售的基本知识、产品展示技巧、搜索引擎营销技巧、维护人际关系的方法，以及最新的与销售管理有关的神经语言程序学方面的理念。

这些销售技巧能帮助销售人员全方位地提升自己的销售能力，迅速达成交易。

<<30分钟成功销售手册>>

作者简介

彼得·摩尔

教育学硕士，产品展示和销售领域的专业培训师。

他培训和指导人们如何在销售谈话中更自信，更有说服力地展示产品和表达观念。

赖因哈德·菲力比

被誉为“交际沟通领域的专业编排大师”，他是大型博览会和各种企业活动的策划人，也是颇受欢迎的培训师和咨询师。

作为一名展示专家，他已经为许多世界知名公司，如西门子、宝马等编排和策划了大量企业活动，广受好评。

约亨·左默尔

德国知名企业家，多年来一直担任IT、不动产等行业的培训师和咨询师，同时也是经国际神经语言程序学协会认证的神经语言程序学培训师。

科林纳·克莱姆

在德国顶尖的媒体应用服务提供商Burda

Direct负责营销和客户关系管理。

她从直销客户管理方案的评估中得到启示，提出了可以应用到网络搜索引擎管理的Click&Serve构想，并不断在这方面积累实践经验。

斯比勒·克莱姆

她作为阿尔卡特的企业传讯项目负责人开始了自己的职业生涯，在市场营销和网络营销领域拥有18年的工作经验。

她现在经营一家市场营销和媒体宣传的事务所，为客户完成跨国市场营销项目，在网络搜索引擎营销上有许多非常成功的案例。

赫尔穆特·赛斯勒

企业家、INtem培训机构的研发人员。

他在销售能力、行为和管理能力培训领域已经积累了十多年的工作经验。

他工作的另外一项重点就是对INtem培训机构里的销售、管理培训员进行指导和培训，举办各种讲座和报告。

<<30分钟成功销售手册>>

书籍目录

第一部分 30分钟掌握销售必备技巧

〔德〕彼得·摩尔

第一章 管理客户关系

第二章 分析客户需求

第三章 产品展示

第四章 处理客户异议

第五章 在价格商议中把握主动权

第六章 把握成交时机

第二部分 30分钟成为产品演示专家

〔德〕赖因哈德·菲力比

第一章 策略

第二章 故事

第三章 分镜头剧本

第四章 视图呈现

第五章 现场策划

第六章 彩排

第七章 最后一搏

第三部分 30分钟了解神经语言程序学

〔德〕约亨·左默尔

第一章 为什么单靠传统的销售技巧还不够

第二章 自我动机和内心责任

第三章 售前准备

第四章 接触客户

第五章 异议处理和最终成交

第四部分 30分钟学会搜索引擎营销

〔德〕科林纳·克莱姆

〔德〕斯比勒·克莱姆

第一章 如何做到鹤立鸡群

第二章 搜索引擎营销

第三章 搜索引擎营销方法

第四章 如何引导客户使用你的产品

第五部分 30分钟维护良好人际关系

〔德〕赫尔穆特·赛斯勒

第一章 什么是关系管理

第二章 个人观念

第三章 关系管理的十大信条

<<30分钟成功销售手册>>

章节摘录

处理异议的技巧关于客户异议的处理其实有很多实用的技巧，下面就介绍几种常用技巧，可以帮助大家在销售工作中有效化解异议。

“回力飞镖”法“回力飞镖”法是一种巧妙化解异议的做法，这种方法的特点就是让客户的反对意见转化为销售员推销产品的理由。

这种方法也叫“正因为”技巧，因为销售员会通过“正因为”句型来有力地驳斥客户的异议，并让它转化为客户购买产品的理由。

比如，当客户对产品表示不满时会说：“你们提供的钻机是塑料外壳，没有金属外壳结实耐用。

”这时候你可以反驳：“正因为我们采用了高柔韧性的特殊材料，我们的BM45型钻机不仅比金属外壳钻机抗冲击性能更好，而且重量也比金属外壳钻机轻38%。

这样，你建筑公司的装配工人可以连续数小时用电钻作业而不觉得很疲劳。

”将客户的异议回转换成说服他们购买的理由，就像“回力飞镖”一样。

因此在驳斥客户的反对意见时，你可以尝试采用“正因为”句型。

这种技巧在很多情况下都可以发挥作用。

“柔道”原则在空手道中有这样一个原则，即进攻是最好的防守。

因此人们在对手进攻的同时会直接进行还击。

但在柔道中却是另外一种情况：被进攻者首先被迫向后退几步，然后巧妙地躲闪到一边，让攻击者扑个空。

在反驳客户的异议时应当遵循柔道原则而不是空手道原则。

例如，一位客户提出：“塑料外壳的钻机太脆弱。

”如果按照空手道原则，销售员可能会反驳：“当然不是这样。

您完全弄错了，因为……”而按照柔道原则反驳对方的销售员则会说：“我能理解您的想法，这一点对您来说确实很重要，谁都希望能买到结实耐用的机器。

通常在选购机器时大家都会首先考虑材质因素。

但是，这种高韧性的特殊材质其实特别结实耐用，因为……”采用空手道原则的销售员不仅驳斥客户的异议，而且指责客户本人；而采用柔道原则的销售员则以退为进，首先对客户的顾虑表示理解，然后不断引导客户，最终使他们的疑虑得以消除。

在销售过程中采用这种柔道原则，你可以向客户传达一种友好的信息，让他们感觉到你理解并且重视他们的想法。

虽然最终你并不赞同他之前的观点，但是通过这种方法来化解矛盾，有助于增进你和客户间的合作关系。

和空手道的直接对抗相比，客户在这种情况下更容易转变自己的观念。

预辩法预辩法是雄辩术中的一种技巧，即预先表明对方可能提出的反对意见并加以辩驳。

在向客户介绍产品时，销售员会顺带提出客户心中可能存在的疑虑，也就是说，首先异议由自己提出，然后随即将其驳倒。

例如，销售员可能会说：“这种BM45钻机拥有极其强大的发动机，工作效率很高。

乍一看您可能会觉得它的外壳不如金属外壳坚实，但是事实上恰恰相反。

与金属材质相比，这种材质柔韧性更高，经久耐用。

而且……”在客户对产品提出异议，甚至是还没考虑到这点之前就主动把问题提出来，双方就无需争辩，问题也能轻松得到解决。

在预辩法的运用过程中，也充分体现了销售员和客户之间的合作关系，因为对客户来说，他能从中了解到产品的缺点和不足。

此外，这种方法还可以有效减少甚至避免因双方争辩引起的摩擦。

面对客户提出的异议，不要胆怯畏缩，要注意以下几点：处理客户异议是销售工作的一部分。

它是你劝导说服客户的良机。

客户提出异议时，要尽可能予以理解，并注意留心观察，耐心倾听。

<<30分钟成功销售手册>>

也可以事先考虑清楚客户可能提出哪些意见。
自己预先对可能存在的异议进行辩驳。
平和冷静地对待客户异议。
必要时还可以采用“正因为”说法来化解销售异议。

<<30分钟成功销售手册>>

编辑推荐

《30分钟成功销售手册》编辑推荐：技术派销售典范，不用大打人情牌，不必学习枯燥的销售理论，全凭技巧就能迅速达成交易！

世界知名企业：西门子、毕马威、德国电力、宝马、爱普科斯.....广泛好评！

<<30分钟成功销售手册>>

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>