

<<你其实不懂销售谈资课>>

图书基本信息

书名：<<你其实不懂销售谈资课>>

13位ISBN编号：9787550107069

10位ISBN编号：7550107068

出版时间：2012-3

出版时间：南方

作者：海波

页数：203

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>

## &lt;&lt;你其实不懂销售谈资课&gt;&gt;

## 前言

所有的业绩都是谈出来的。销售业绩与说话技巧有着很直接的关系，只有会说话，能够第一时间找到客户感兴趣的话题，并且和客户愉快地闲聊，才能提高销售业绩。

销售人员与客户见面后，如果能在3分钟内不谈具体业务，而是闲聊，那么成交的可能性就会大增。但新手常会犯一个毛病，就是单刀直入地向对方兜售产品，这很容易引起对方的警惕并遭到拒绝。

很多销售人员意识不到闲聊在销售中的重要作用，而是将希望全部寄托在产品上，他们对产品的性能如数家珍，对产品的功效也深有研究，然而，他们不得不面对尴尬的一幕，即他们的产品就是无人问津。

显然，造成这样的后果，问题出在了推销员身上，而不是产品身上。

说实话，产品在品相和质量以及功用上，其实都差不多，造成客户偏爱某类产品的原因，关键在于销售人员。

有的客户对销售人员印象深刻，所以成为持久固定的用户，他们不会轻易换用别的产品。

吉拉德在回顾自己辉煌的销售生涯时，感慨地说道：“作为一个销售人员，把自己建立成品牌比宣传所卖产品的品牌更加重要。

”要让客户对自己留下好的印象，自己必须意识到：第一，自己是一个推销员；第二，自己不仅是一个推销员。

如果你只有硬邦邦的推销员身份，那么很多客户可能在一开始就会对你下逐客令。

相反，如果你和蔼可亲，言谈风趣、真诚，是一个好的聊天对象，同时又是一个贴心的销售顾问，那么他们就会相信你，无论从你的手里购买的产品是房子、车子，还是手机、自行车。

在和客户的接触过程中，冷场是很可怕的，很多销售行为就是在冷场中草草结束的。

你很难想象，一个销售人员除了会说“这件产品不错”、“这件产品对你很有帮助”、“很多人都在用这件产品”之外，其他什么话题也没有，这种做法既不轻松，也没有人情味。

对方会觉得“他除了想从我手里得到支票，其他什么也不在乎”，随即联想到“这件产品我根本不需要，买来之后说不定还是次品”，最后他们会断然地拒绝你。

但是，如果换种方式，效果就完全不一样了。

如果对方是一个家庭主妇，是的，家庭主妇，你上门去推销产品，却在院子里和她聊了会儿跳蚤市场，聊了会儿芝士蛋糕，甚至还聊了孩子的教育问题，那么你会感到她对你好感顿生。

她不光会请你喝杯咖啡，还会痛快地买下你的产品，甚至哪怕她根本用不着。

因为你让她觉得愉快，你用聊天营造了购买的氛围。

如果对方是一个企业的CEO，同样没有问题。

你也有很多选择，比如商务旅行和健康话题。

说不定你们会聊到一个你们共同的理疗师，或者最后发现你们是校友。

一切皆有可能。

但如果没有打开话匣子，你们就没有机会找到共同点，无法引起共鸣。

那么你们的关系就只能是急功近利的推销员和眼光高过头顶的CEO。

当然，我们可以源源不断地举出各种例子，来证明闲聊在销售过程中起着举足轻重的作用。

然而销售人员面对的潜在客户是各式人等，可以说，所有人都是销售人员的目标。

这些人的身份、地位、兴趣、爱好、所受教育都各不相同，一个人对百样人，且要让他们都接受自己的产品，显然着力点不能放在产品上，而得放在话题上。

对于所有人来说，带有闲聊性质的温情推销，比直来直往的直接推销，更容易让他们接受。

很多推销员眼中只看到购买者，无视他们的分别；而客户希望看到的是一个与众不同的推销员，不仅是卖产品的。

两者并不矛盾，他们能够在“闲聊”上达到统一。

所以，想要争取伟大业绩的推销员，必须掌握足够多的话题，以便自己在遇到各种不同类型的客户时，都能够找到对方感兴趣的谈资。

这些谈资能够起到抛砖引玉的作用，不仅能够激发客户谈更多的话题，也能促成一桩好买卖。

## <<你其实不懂销售谈资课>>

柴田和子是日本的销售女神，创造了不俗的业绩。但很少人相信，真正帮助她达到销售巅峰的是，她能够和所有的客户聊到一块。她不仅和他们谈论他们感兴趣的话题，也会告诉他们自己的苦恼。她把客户当成了自己的朋友，真心实意地和他们交往，而不仅仅是为了推销产品。同样，所有的客户也这样对待她。所以他们之间建立了稳定持久的关系。

台湾的销售高手李经康也跟我们分享了类似的经验，当他放下得失，和客户畅谈生活中各种话题时，销售效果反而更好。在闲聊中，客户对你形成判断，而不仅是对你的产品有所了解；而你对客户也更为了解，而不仅是要卖产品给他。

如果说，在销售和购买之间真的存在一道“天堑”的话，那么闲聊绝对能将之变成“通途”。这也说明，销售人员应该有更广泛的爱好，是一个有趣的人，这样才能针对每一个不一样的客户，快速准确地找到好的谈资。

这也就是吉拉德一直强调的，营销人员应该在客户眼里树立个人品牌。这个品牌是通过和客户闲聊建立起来的。

## <<你其实不懂销售谈资课>>

### 内容概要

销售其实没有那么艰难晦涩，本质上销售就是搞定人的学问！  
打开人的最重要环节就是与不同的人找到共同话题，完成情感铺垫，进而沟通销售信息。  
这是一切销售工作的最重要能力，也是每一个社会人应该具备的基本能力。

我们每个人每天都在销售，有人销售观念，有人销售信任，有人销售爱，生活中无时无刻不在销售，学会销售就必须学会销售谈资课！  
这样才能让每个人的生活变得更好。

本书结合国际著名培训机构的销售谈资课与中国国情下特色销售话题，不仅使中国的销售人员得到专业的话题谈资培训，也可以使我们每个人在社交生活中游刃有余。

## <<你其实不懂销售谈资课>>

### 书籍目录

序 所有的业绩都是谈出来的

课程一 针对大客户，你该怎么说

20%的大客户会带来

80%的销售业绩

具体演练

第1课时：企业CEO

第2课时：官方人员

第3课时：富有的中产

第4课时：豪迈的暴发户

第5课时：一掷千金的“富二代”

小结

课程二 利用聊天术，绑定老客户

利用老客户的口碑营销滚雪球

具体演练

第6课时：女人

第7课时：家庭主妇

第8课时：学生

第9课时：公务员

第10课时：白领

第11课时：私有业主

小结

课程三 面对理智型客户，提升你的知识面

做个顾问、专家式的销售人员，会带来非凡效果

具体演练

第12课时：名流

第13课时：精英

第14课时：学者

第15课时：城市新移民

第16课时：折扣族

第17课时：养生族

小结

课程四 更新你的谈资，否则你就 OUT了

先解决说什么，再考虑怎么说

具体演练

第18课时：“80后”

第19课时：“90后”

第20课时：单身贵族

第21课时：“宅男宅女”

第22课时：潮人

小结

课程五 你接近他，他就接受你

客户的兴趣就是你当仁不让的兴趣

具体演练

第23课时：粉丝族

第24课时：发烧友

## <<你其实不懂销售谈资课>>

第25课时：玩家

第26课时：文艺青年

第27课时：运动达人

小结

课程六 让你的销售富有人情味

永远站在客户的立场，想客户所想

具体演练

第28课时：外国人

第29课时：游客

第30课时：“剩女”

第31课时：低收入人群

第32课时：老年人

小结

课程七 找到与客户有共同谈资的技巧

伟大的推销员，会看，会听，更会说

具体演练

第33课时：提前做好功课

第34课时：细察和倾听

第35课时：开场白和结束语

第36课时：持续跟进，成为熟人和朋友

小结

<<你其实不懂销售谈资课>>

章节摘录

## <<你其实不懂销售谈资课>>

### 编辑推荐

《你其实不懂销售谈资课:如何与不同人找到共同话题》编辑推荐：如何与不同的人找到共同话题；提升人脉能力的工具书。



<<你其实不懂销售谈资课>>

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>