

<<攻心说服做销售>>

图书基本信息

书名：<<攻心说服做销售>>

13位ISBN编号：9787560972145

10位ISBN编号：7560972144

出版时间：2011-9

出版时间：华中科技大学出版社

作者：苗小刚

页数：237

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>

<<攻心说服做销售>>

前言

随着生活水平的不断提高，人们对商品的要求也越来越高。他们已经不局限于追求产品的质量，而更倾向于追求产品、服务带来的精神愉悦。正是由于人们对产品、服务的要求越来越高，使得奋斗在销售一线的推销员对自己也日益严格。销售人员之间的竞争激烈程度丝毫不亚于市场上产品之间的竞争。在当今销售大潮中，一个推销员如果没有一流的口才，没有高超的推销技巧，是难以在销售行业立足的。

其推销水平和说话技巧直接决定产品的销售量及销售额。

综上所述，销售人员提高自己的说话技巧已势在必行。

本书在写作体例上作了很大创新，分为情景对话、实例分析、应对技巧三个版块，大大增强了内容的趣味性和可读性。

全书以“对话”的形式刻画场景，生动形象，通俗易懂，很好地体现了广大推销员在实际推销中遇到的问题。

人木三分的实例分析，为广大读者破解了实际操作中所遇到的问题和困难。

本书在内容层次排列上也有很大的特色。

按照一般的营销知识到高级的说话技巧，由实际推销活动中的情景再现到理论高度的深度剖析，循序渐进，符合大部分读者的思维习惯。

此外，全书在结构安排上也与众不同，突出了自己的特色。

全书分为十章，100个情景对话。

十章分别从预约、拜访、深入沟通、产品介绍、售后服务、催款等几方面入手。

100个小故事既自成一体，又有内在联系。

也就是说，既可以把它们当做一个小故事来单独阅读，也可以把它们融入到整个销售过程中。

<<攻心说服做销售>>

内容概要

你知道登门拜访客户时，怎样才能让他记住你吗？

你知道怎样介绍产品能够引起客户的兴趣吗？

你知道用怎样的口吻跟客户说话会让他信服你吗？

你知道怎样催款更有效吗？

《攻心说服做销售》(作者苗小刚)精选100个销售谈判案例，从预约拜访、深入沟通、产品介绍、售后服务、催款回款等几个方面，生动再现了销售各个环节中的语言技巧。

读完《攻心说服做销售》，拿下订单不再困难，动动嘴皮子就让客户心悦诚服也不再是妄想！

<<攻心说服做销售>>

书籍目录

第一章 要做好销售，先练好口才

- 情景001 怎样说话客户最喜欢听
- 情景002 与陌生人的搭讪技巧
- 情景003 客户对你冷淡怎么办
- 情景004 假如客户拒绝与你交谈
- 情景005 适当提问，引导话题方向
- 情景006 赞美客户，打开对方的心扉
- 情景007 重复客户的话，激发客户表达欲望

第二章 开发新客户，沟通有诀窍

- 情景008 通过电话沟通寻找新客户
- 情景009 通过网络聊天寻找新客户
- 情景010 通过老客户来推荐新客户
- 情景011 通过朋友介绍寻找新客户
- 情景012 怎样应对对产品有偏见的新客户
- 情景013 用积极的情感因素去打动客户
- 情景014 怎样应对没有需求的新客户

第三章 预约拜访，让客户不忍拒绝

- 情景015 拨通电话后如何先作自我介绍
- 情景016 如何避免直接被前台或总机回绝
- 情景017 如何绕过秘书或助理的盘问
- 情景018 客户直接以“不需要”为借口拒绝
- 情景019 客户以“没时间见面”为借口拒绝
- 情景020 客户以“我会主动联系你的”为借口拒绝
- 情景021 客户以“没必要见面”为借口拒绝
- 情景022 客户以“忙，下次再谈”为借口拒绝
- 情景023 客户以“给我发传真吧”为借口拒绝
- 情景024 客户以“先考虑考虑”为借口拒绝
- 情景025 客户表示“已经有这方面的合作商了”
- 情景026 客户以“不感兴趣”为借口拒绝
- 情景027 客户以“我没有钱”为借口拒绝

第四章 登门拜访，留下良好印象

- 情景028 说好开场白
- 情景029 进门之后先表示问候
- 情景030 谈论天气，打破僵局
- 情景031 谈论一下新闻
- 情景032 夸赞客户的家庭
- 情景033 向客户虚心求教
- 情景034 表示你的尊重和敬仰之情
- 情景035 为客户提供有价值的信息
- 情景036 用幽默来活跃气氛
- 情景037 避免过于热情，让客户难以接受
- 情景038 客户拒绝，切忌死缠烂打
- 情景039 与客户告别，巧言争取回头客

第五章 深入沟通，拉近客户关系

- 情景040 首次见面热情相迎，客户却异常冷淡

<<攻心说服做销售>>

- 情景041 对客户表示关心，对方却不以为然
- 情景042 初次见面重在沟通而不是推销
- 情景043 交流过程中，如何消除客户的戒心
- 情景044 客户言辞激烈，避免与客户争辩不休
- 情景045 瞄准客户需求，把话说到点子上
- 情景046 保持激情，不要被客户的坏情绪影响
- 情景047 告别时真心相送，客户却不领情
- 情景048 证明你的信誉，让客户更加信任你
- 情景049 客户不购买产品，不要瞬间变脸
- 情景050 客户对产品不满意，来投诉怎么办
- 情景051 客户询问价格，不要直接谈论

第六章 介绍产品，让客户兴趣倍增

- 情景052 介绍产品必须言简意赅
- 情景053 让客户了解产品的详细情况
- 情景054 直接陈述产品带给客户的好处
- 情景055 从交谈中发觉客户的购买信号
- 情景056 多介绍客户关注的产品功能
- 情景057 提炼卖点，长话短说
- 情景058 用问题启发、引导客户购买
- 情景059 列举具体事例，增强产品的说服力

第七章 说服客户，各种疑虑要消除

- 情景060 这产品的质量能靠得住吗
- 情景061 客户认为产品并不像你说的那么好
- 情景062 客户从朋友口中听说这种产品不好
- 情景063 客户对产品的牌子感觉比较陌生
- 情景064 客户认为产品的价格太贵
- 情景065 客户认为产品款式与同类产品雷同
- 情景066 客户表示暂时用不上，过段时间再说
- 情景067 客户担心产品降价过快，现在购买不划算
- 情景068 客户对产品的制作材料有质疑
- 情景069 客户对所提供的产品证明不完全相信
- 情景070 客户听不懂产品操作流程的讲解
- 情景071 客户不相信推销员的话，警惕性很高
- 情景072 客户表示对产品不太了解，需要先咨询专家
- 情景073 客户表示需要综合其他产品，先考虑一下
- 情景074 对产品质量满意，但没有自己喜欢的那种
- 情景075 客户希望与家人商量商量
- 情景076 顾客很喜欢，可被无关的人顺口否决了
- 情景077 客户说“没带那么多现金”，要求让价
- 情景078 你同意打折，但客户仍旧没有购买
- 情景079 选择余地小，客户犹豫不决

第八章 成交前后，服务周到不可少

- 情景080 成交前客户反悔怎么办
- 情景081 客户担心购买后，你不兑现之前的承诺
- 情景082 客户认同产品但不认同推销员的服务
- 情景083 客户很满意，但容易受身边人的影响
- 情景084 帮助客户做好付款这一关

<<攻心说服做销售>>

情景085 面对老客户的无理要求如何提供服务

第九章 回款跟进，全凭舌上功夫深

情景086 对不起，我们的资金太紧张了

情景087 不是我经手的，我不负责

情景088 运费谁来负责

情景089 负责人不在，现在没办法付款

情景090 我们再商量一下

情景091 你们的产品质量有问题

情景092 这次可不可以少回一点

情景093 现在比较忙，晚几天再说

情景094 公司正在调整，新换了负责人

第十章 售后服务，购后满意要保障

情景095 你们的售后服务跟不上

情景096 客户强烈要求退货怎么办

情景097 吹得天花乱坠，其实一点也不好

情景098 出了问题就推卸责任

情景099 你隐瞒产品毛病，我要求赔偿

情景100 办事效率太低，一个小毛病也要拖很久

后记

<<攻心说服做销售>>

章节摘录

版权页：插图：面对客户的拒绝，销售人员不能被对方的强硬语气所吓住，更不能盲目应对，而是要遵循一些处理原则。

处理得不好将葬送这个销售机会，而处理得好，则有可能使销售起死回生。

1.有备无患，做好被拒绝的准备在推销中，遭到拒绝是不可避免的，销售人员在推销之前就应该有这种意识。

免得一旦被拒绝，自己就神情慌张，语无伦次，无法应对。

销售人员应在事前设想好可能遭遇的困窘局面，准备好应对之术。

2.遭到拒绝，仍要以诚相待发自内心的真诚语言才有更强的说服力，尤其是在遭到客户拒绝的时候，真诚的语言显得尤为珍贵，往往是感动客户的重要条件。

3.对客户的拒绝，不要作任何评论客户拒绝你，无论你有理还是没理，都不要对他们的拒绝或意见做任何对与错的评论，否则会伤害到客户的自尊，引起其更大的反感。

4.说话要让客户感到权威性销售人员在面对客户拒绝的那一刻，千万不可有任何自卑感。

相反，要以自己所从事的职业为自豪，并确信产品的优秀。

销售人员要在语词上要体现出专业人士的权威，表现出强大的说服力。

销售人员除了要掌握处理拒绝的原则，还需要有高超的技巧。

在遵循原则的前提下，巧妙地运用各种技巧则可以变被动为主动，得心应手地处理客户的拒绝。

(1) 直接法。

这种方法是遭到客户的拒绝之后，销售人员将计就计，顺着对方的拒绝，把对方的拒绝转为推销的理由。

销售人员：“这类保险每年只需要缴纳1 000元，保期为十年，每年平均增值10%，而且每年有不等的年终分红。

”客户：“对不起，我每个月开销很大，难以支付这笔费用。

”销售人员：“您想想，这不是一笔开销，而是一笔投资，正因为你的生活没有足够的资金来保障，您更需要买这个商品。

”(2) 逆转法。

这种方法是仔细听对方拒绝的理由，找到其中的漏洞，反戈一击。

客户：“你都看到了，我现在已经63岁了，买保险对我已经没有什么用处了，而且还十分麻烦，我只想过几天舒心的日子。

”销售人员可以逆转地说：“虽说如此，但参加保险并不像您想象的那么难，而且会有很多用处。

”客户：“我说过了，我只想过几天舒心的日子，别来烦我了。

”销售人员：“我理解您的想法，但天有不测风云，万一您哪天生病了呢？

多一个保证岂不是很好？

”(3) 区别法。

客户的拒绝都是有原因的，尽管很多时候外在的表现形式相同，但你会发现其中内含的原因是多种多样的。

在遭到客户拒绝的那一刻，销售人员就要仔细分析，找到其中深层的原因，有针对性地区别对待。

客户：“我已经购买了同类保险，价格都一样，但我感觉你们的售后服务并不像你们说的那样好。

”销售人员：“价格相同的险种包括很多种，关于售后服务那一方面我们会按照合同履行的，请您放心。

”在销售中，提问是一种非常重要的推销技巧，通过提问可以增强说服力，锁定客户的注意力，引导客户的话题向自己的方向靠拢。

通过一步步地提问，循序渐进，逐渐深入，客户选择的余地越来越小，客户的思路也逃不开我们预设的范畴。

一天，一位客户来到手机专卖店购买手机。

销售人员：“先生，需要什么样的手机？”

<<攻心说服做销售>>

”客户：“功能全一点，最好带MP3、拍照、收音机等。

”销售人员：“是要国产的还是进口的？”

”客户：“其实也没有什么特殊的要求，只要实用就行了！”

”销售人员：“意思是对品牌没有特别的要求？”

”客户：“也可以这么讲，顺便问一下，进口机就一定比国产的好吗？”

”销售人员：“这个不一定，如果你喜欢功能齐全一点的，最好还是选择国产机比较好。

”客户：“推荐一个呗！”

”销售人员：“爱国者的，挺不错，你试一下。

”客户：“是吗？”

爱国者可是很好的品牌呀！

如果两三年之前，非常流行！

这款多少钱？

”销售人员：“1800元。

”客户：“这么贵啊？”

”销售人员：“像爱国者这样的品牌，MP3音质非常好，像素可达800万。

”客户：“音质确实还不错！”

”在销售过程中，销售人员一定要善于用问题来控制谈话的局面，让客户的思路在你的引导下逐步接近目标。

但在提问的时候，也必须注意提问的方式方法，只有恰当地提问才能更好地实现销售目标。

1.巧用“为什么”引导客户说出真实想法“为什么”是销售过程中经常提到的一个词，当客户拒绝购买时，一定要多问几个“为什么”。

这类提问方式，直接、明确、具体，目的性特别强，可以有效地督促客户说出拒绝购买的原因，极大地提高销售的成功率。

<<攻心说服做销售>>

后记

经过几个月的奋笔疾书，《攻心说服做销售》这本书终于完稿了。

其中的艰辛就不说，苦中有乐的是它使我学到了很多新的知识，也希望它能给广大一线销售人员带来一点益处。

重温这本书的写作历程，使我对销售语言、销售的口才技巧有了一个更为全面的认识。

因为这里的很多问题都是我从未遇到过的，或者说是随着形势的变化，已经发生了某种意义的转变。

比如，用什么样的口吻来对客户说话。

提到这个问题可能大多数销售人员都会说，要有亲和力、文雅、谦虚等。

但是，是不是所有的情况都适合呢？

当然不是，对于某些客户而言，你的语气有点强硬，带点胁迫的意味反而更有效。

有些实例反映出来的问题，也是我在搜集资料过程中第一次遇到的。

这里只是举出一个小小的实例，但这个例子充分说明一个问题，我们要用联系的、发展的眼光看待问题，千万不可以偏概全、以点带面。

这本书本着简单、实用的原则，以“对话”形式的事例，生动形象的语言，浅显易懂的分析，再现了实际推销中的多种情景，为广大读者分析了工作中的常见问题，以及应对技巧。

在本书的编写过程中，得到张雪梅、黄俊杰、张超、李虎、何洁、李顺安、张良梓、何凤姣、刘曼、杨俊华、李中林、桂向阳、李国胜、李荣、郭晓斌、周高峰、杨军等人很大的帮助，这里首先对他们表示感谢。

由于时间有限，在搜集资料以及编写过程中可能会有所遗漏，在这里还望广大读者提出宝贵的意见，本人以及本书的全体编纂人员都将积极去接受和修正。

<<攻心说服做销售>>

编辑推荐

《攻心说服做销售》以“对话”的形式刻画场景，生动形象，通俗易懂，很好地体现了广大推销员在实际推销中遇到的问题。

人木三分的实例分析，为广大读者破解了实际操作中所遇到的问题和困难。

在当今销售大潮中，一个推销员如果没有一流的口才，没有高超的推销技巧，是难以在销售行业立足的。

其推销水平和说话技巧直接决定产品的销售量及销售额。

瞬间的动作，敏锐的觉察，精悍的事例，精准的分析，巧妙的应对，临机的反应。

每一位出色的销售大师，同时也是一个优秀的心理学家，巧化危机与拒绝，沟通起来不挠头。

金牌销售都有一副“铁齿铜牙”。

《攻心说服做销售》中，销售高手与谈判专家一起为你支招！

<<攻心说服做销售>>

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>