

<<一线真金>>

图书基本信息

书名：<<一线真金>>

13位ISBN编号：9787801129666

10位ISBN编号：7801129660

出版时间：2010-2

出版时间：民主与建设出版社

作者：李雯

页数：238

字数：210000

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>

## <<一线真金>>

### 内容概要

电话行销工作的任务之一就是赋予产品生命力，让产品与客户建立情感的联系，不仅要把产品卖到客户的手中，更要把产品卖到客户心中。

在电话行销的时代，“行销技巧”纵贯行销全过程，是一个起决定性作用的因素。

电话行销是用嘴巴来创造财富的过程，其技巧其实可以看作是一种话术。

这种销售方式可以有效地降低客户初次打交道时的防范心理。

通过一次成功的电话行销，可以快速与客户建立信任关系。

电话行销的成功，在很大程度上取决于人的因素——需要用正确的人做正确的事。

希望那些细心研读《一线真金:电话行销话术》的读者朋友，能够用智慧和勤奋在电话行销的道路上越走越远，早日实现自己的财富梦。

## 书籍目录

- 第一章 不打无准备的电话——电话行销的准备工作 1.1 充分的准备工作是电话行销成功的敲门砖  
1.2 全面了解产品是电话行销的起始点 1.3 详细划分客户种类, 把握关键客户 1.4 寻找潜在客户的方法
- 第二章 电话行销中说出具有感染力的开场白 2.1 给客户留下好印象的开场白是成功行销的关键  
2.2 怎样设计开场白才更具吸引力 2.3 六法则帮你顺利突破秘书关 2.4 电话行销中哪些话是我们不该说的
- 第三章 富有感染力的声音是电话行销中的“撒手锏” 3.1 通过增强声音的感染力对客户产生影响  
3.2 提升声音感染力的王牌武器——措辞
- 第四章 电话行销中一种神奇的话术——有效提问 4.1 有效的提问对电话行销有哪些好处  
4.2 面对不同问题, 面对不同客户, 有不同的提问技巧 4.3 别说自己想说的话, 要说客户想听的话  
4.4 唤起客户好奇心, 使他们成功“上钩” 4.5 提问后沉默, 将压力抛给对方
- 第五章 用心倾听是决定成败的重要因素 5.1 电话行销术不光说很重要, 用心倾听更加重要  
5.2 积极倾听能获取到很多有用的信息 5.3 旁敲侧击地了解客户, 听出弦外之音 5.4 电话行销中要注意哪些倾听事项
- 第六章 电话行销中巧妙引导谈话方向 6.1 如何引导谈话方向, 达到最终行销目的  
6.2 引导客户对产品的兴趣, 针对客户需求采取不同的进攻策略 6.3 如何让客户的兴趣由不着急变得很着急  
6.4 引导客户说出他们的实际需求
- 第七章 客户的需求才是“一线万金”的关键 7.1 电话行销人员需要了解客户的需求观  
7.2 你是否了解你的客户, 又该如何满足他们的需求 7.3 细节决定成败——用心发掘客户最感兴趣的细节  
7.4 无论你持怎样的观点都请尊重客户的需求
- 第八章 由此及彼——同理心能让一通电话赢得客户的心 8.1 请在电话行销中表达你的同理心  
8.2 教你如何才能具备同理心  
8.3 电话行销中使用同理心需注意哪些问题 8.4 电话行销人员不同的同理心, 客户不同的反馈方式  
8.5 运用同理心, 摆脱“为了处理异议而处理异议”的错误观念 8.6 电话行销中用同理心处理问题的自我测试
- 第九章 不要怕对方误会而收起赞美之辞 9.1 表达你的赞美会赢得客户的信任  
9.2 怎样赞美才能让一线值万金 9.3 赞美与客户切实相关的方面更易使电话行销顺利进行  
9.4 适度的赞美才能达到实效
- 第十章 良好的心态才能创造出“一线万金”的业绩 10.1 电话行销中可能出现的不良心态和情绪  
10.2 如何克服心理障碍, 建立正确的行销心态 10.3 永不放弃、热情和帮助客户成功是优秀行销人员应具备的心态  
10.4 电话行销人员要做好的七项心理建设
- 第十一章 把握好客户这个“上帝”才能让电话行销成功 11.1 让客户从心底接受你, 进而才能接受你的产品  
11.2 积极应对客户的自我保护心理, 打消他的顾虑  
11.3 尊重客户的面子心理, 坚持“客户永远是对的”  
11.4 强调客户收益能成功应对客户趋利避害心理  
11.5 分析客户的其他心理, 从容应对
- 第十二章 电话行销中“跟进”的黄金法则 12.1 电话行销中的跟进率多少才算“刚刚好”  
12.2 教你跟进客户的有效方法  
12.3 针对不一样的客户, 要学会不一样的跟进策略  
12.4 行销制胜法宝之有效地维护客户
- 第十三章 见招拆招——成功应对客户的拒绝 13.1 “谢谢, 我现在不需要”  
13.2 “对不起, 我很忙, 你先寄资料给我看看吧”  
13.3 “不好意思, 我现在没有资金”  
13.4 应对客户拒绝的方法  
13.5 客户拒绝的具体类型以及应对技巧  
13.6 让客户无法拒绝你的13句话
- 第十四章 注重电话行销中的小细节是赢得客户的金钥匙 14.1 合理控制打电话的时间  
14.2 结束电话时要注意哪些细节
- 第十五章 电话行销中的常见问题及其应对技巧 15.1 上演“阴差阳错”的电话行销剧目——打错电话, 将错就错  
15.2 不可避免地遭遇客户的抱怨  
15.3 调动和控制自己的情绪、情感以影响客户  
15.4 让善意的谎言在电话行销中助你一臂之力  
15.5 成功应对电话行销中的特殊事件, 完美收场

## 章节摘录

市场竞争的严峻性不仅引起了厂家的警觉和注意，客户同样也已经注意到了日趋严重的产品同质化现象。

面对越来越多品种的同类产品，客户无法——对不同厂家的产品进行了解，于是，很多时候，他们就会向某一公司的行销人员打听另外一家公司的情况。

此时，如果电话行销人员对市场上经常出现的竞争对手不加以留心的话，就无法向客户提供满意的答复。

其实，了解竞争对手的相关信息，这不仅是应付客户提问的需要，也是电话行销人员全面地把握本企业产品的需要。

如果没有与竞争对手各项情况的比较，电话行销人员就无法明确本企业产品的竞争优势，从而也无法向客户传递出最有效的产品价值特点。

6.不断了解产品的相关动态 对相关的产品知识进行专业、广泛而深入的了解，这并非代表仅仅了解产品的静态规格与特性就可以了，电话行销人员对产品相关知识的掌握其实是一个动态的过程，你必须不断地取得和商品相关的各种信息，并且学会从累积的各种信息中筛选出商品对客户的最大效用，从而最大限度地满足客户的需求。

电话行销人员掌握这些动态产品信息的主要渠道是企业的相关部门和同事、客户以及自己对产品的科学分析。

如果电话行销人员不能及时地掌握产品的相关动态信息，那么很快就会在客户不断改变和增长的需求面前遭到淘汰。

只有不断掌握更多的产品动态信息，产品蕴涵的价值才能通过你的行销技巧充分体现出来。

当然，在激烈的市场竞争环境下，很多产品的相关信息几乎每一天、每一分钟都有变化，电话行销人员可能对其中的某些信息掌握得不够全面和准确。

此时，你应该实事求是地向客户表明事情的真相，而不应该为了显示自己的“博学”和“多知”而胡编乱造地欺骗客户，那样的话，只能使客户离你更远。

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>