第一图书网, tushu007.com

<<直销赢在细节和方法>>

图书基本信息

书名：<<直销赢在细节和方法>>

13位ISBN编号：9787802221895

10位ISBN编号：7802221897

出版时间：2006-11

出版时间：中国华侨出版社

作者：萧野

页数：348

字数：250000

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

第一图书网, tushu007.com

<<直销赢在细节和方法>>

内容概要

直销的基本工作就是和客户沟通，而和客户沟通中，细节往往决定成败。
大是大非的问题往往很难说服客户，相反正是一些细节常常让客户感动。
优秀的直销员不但会在细节上体现自己的专业，而且会让客户感受到自己十分勤奋和用心。
因此细节对于直销来说是相当重要的。
本书以管理者、直销员和客户三者为分析对象，对管理者和直销员、直销员和客户的相互关系进行了详尽的说明，同时介绍了一些经实践证明行之有效的方法。

<<直销赢在细节和方法>>

书籍目录

第一章 直销员的细节管理 必须掌握的沟通能力 注重个人英雄主义和团队利益的协调 处理和直销员的几种关系 解决冲突和勇于认错 引导直销员认识自己和发挥潜能 选择最合适的人才 注重对直销员的培养 管好直销员和留住优秀员工 鼓励直销员更敬业第二章 直销员的细节化培训 告诉直销员自己在给自己搭房子 培训直销员注意维持和别人的关系 告诉直销员做人不要有太多敷衍 教员工做最能坚持的人 给直销员多一些磨砺的机会 培养直销员的忠诚和奉献精神 教直销员保持平和的心态 让直销员学会从最低处做起第三章 提升直销管理者的素质 必须懂得人性 要做个有道德的管理者 注重培养非权力影响力 学会倾听员工的声音 注意性格的培养 要学会统领全局 不要抓住权力不放 要有英明决断第四章 提高直销员的业务执行能力 对推销的产品充分了解 成交方法中的请求和假设技巧 选择成交法和优惠成交法 避重就轻成交法和异议成交法 保证成交法和试用成交法 从众成交法和机会成交法 察言观色，善于找到成交契机 不同的客户要采用不同的方法 巧妙运用转折 事先有预见性，避免手忙脚乱第五章 直销员的自我激励 自己永远是最优秀的 在绝境和孤独中生存 交友要慎重 先做自己想做的事情 敢于冒险 能舍能得 不要安于现状 做自己想做的人 为自己画个大圆 自我勉励第六章 在细节上提升直销员的素质 不得不讲究的主动介绍 直销员应该具备的道德 避免性格的弱点 适应环境和积极上进 融人群体和化敌为友 用一种平等的态度对待别人 不要沉湎于幻想 在平时就下足功夫 学会豁达，对人不要太刻薄 一些基本的做人态度第七章 带领直销团队去行动 行动的意义 身先士卒不代表事必躬亲 养成好的习惯和基本原则 寓言中的行动哲学 直销员不应该有的畏惧 运用表扬和批评来控制团队行动 培养团队文化，让直销员看到希望 引导直销员与客户打交道 为直销团队设立目标，并分解 对团队进行目标管理第八章 关注直销员的心理健康 心理素质 消除心理障碍 始终乐观 保持良好心境 不要虚浮 不要让心理疾病纠缠你 注重自己的心态 不要抱怨命运太差 确定一个目标第九章 在细节上打动客户 用自己的热情打动客户 站在客户的角度想问题 晓之以理，动之以情 不要向客户抱怨，提防话不投机 注意倾听 理解客户的拒绝 用诚意打动客户 注意感情上的沟通 殷切叮嘱，让客户动心 感动客户第十章 吸引客户是要讲究方法的 最有效的方法就是诚信 让客户感受到利益 注重礼仪，给客户良好印象 谨慎处理客户异议 承认产品缺陷，不夸大产品价值 不同的产品有不同的介绍方法第十一章 征服客户的方法 充分利用最后的机会 启发客户购买和保留成交余地 用产品说话，并使用规范的材料 借势销售和巧妙询问 正确对待竞争对手的产品 坚持不懈，不轻言放弃 抓住客户的从众心理和求廉心理 抓住客户的求名心理和虚荣心 抓住客户的求新心理 学会将一切暂时停下来第十二章 培养良好的点滴习惯 养成多找一条路的习惯 养成学习的习惯 自我激励的习惯 顺境中保持冷静的习惯 正确学习的习惯 养成不断追求成功的习惯 注重沟通的习惯 不嫉妒的习惯 不拖延的习惯 谦虚的习惯第十三章 如何规范直销员的行为 一些行为细节 不要急于求成 不要贸然打断客户的话 笑容始终挂在脸上 虚心接受客户的批评 要自始至终保持风度 不要在某个客户身上纠缠不休 行动之前，要弄清楚客户在想什么 给客户一个合理解释 学会开怀大笑第十四章 让直销员学会说话 如何和客户拉近距离 劝说客户购买的方法 如何面对客户的拒绝 符合客户心理的说法 与客户交谈时必须注意的一些忌讳 如何寻找共同话题 通过言语力促成交 赞美客户的语言 真诚地说话 与客户沟通时的语言技巧第十五章 掌握与客户沟通的方法 不断进行促成试探和感情的再沟通 让客户感觉把握了交易的主动 不要有太浓的商业气氛 通过故事来活跃气氛 为何不幽默一点呢 对你的客户充满爱心 要有一种长远的眼光 客户如果说“我不要” 学会举例说明 了解客户经常会说的话第十六章 不该犯的一些低级错误 一些不该说的话 不为客户利益着想 逞口舌之利 恣意夸大产品的功能 销售的“一锤子买卖”观念 不知如何回答客户的问题 礼貌不能始终如一 你的真诚没有传达给客户

章节摘录

书摘鼓励直销员更敬业　管理者激励直销员，让直销员更加敬业，需要从以下五个方面努力：　一是规划直销员的职业生涯发展。
为每一个直销员规划职业生涯，让每一个直销员都看到自己的成长方向和成长的空间，从而调动直销员的积极性，是提高直销员敬业度的最佳途径。
　二是以职业发展为导向的培训。
重视通过有效培训提升直销员的职业安全感和工作能力，开发直销员潜能，这是人力资源管理的方向。
　三是公平公正的薪酬体系。
影响直销员敬业度的另外一个重要潜在因素是很现实的薪酬待遇。
在直销员看来，如果公司的薪酬和福利与行业中其他公司相比较并不是很有竞争力的话，那么，直销员之所以会在公司工作，可能是因为他们看好公司其他方面的因素，如学习、培训机会和工作环境。
但是随着他们工作能力的提升，他们一旦有机会找到待遇更好的工作的话，就很可能会跳槽。
　四是选拔和培养优秀的管理者。
开发和释放直销员巨大能量的途径在于选拔和培养优秀的管理者。
　五是营造以人为本、追求卓越的企业文化。
对直销员来说，当工资标准达到一定程度后，薪酬对他们的激励作用就越来越小了，这时候，企业文化就显得越来越重要。
　管理者不但要求自己追求卓越，而且要激励直销员为了追求卓越而不懈地努力。
这里的追求卓越有两层含义，一是追求业绩的卓越，一是追求社会价值的卓越。
　企业首先必须追求盈利，这样才能在激烈的市场竞争中生存下来，并且壮大。
在IBM经常听到的一句话是：“ 让工作业绩来说话。
”在UT斯达康，公司的各层管理者定期对员工的业绩做出评估，给予持续性的指导，帮助员工及时了解自己的业绩表现从而提高企业整体的运作效率。
那些有优秀业绩并适合公司文化的员工会有广阔的发展空间；相反地，那些表现不尽如人意，不能完成业绩目标，与公司文化不相吻合的员工将被淘汰。
　　同时，企业要使基业长青，光有盈利是不够的，企业必须挖掘企业的社会价值，确立一个上下认同的愿景。
正如彼得·圣吉所指出：“ 一个缺少全体衷心共有的目标、价值观和使命的组织，必定难成大器 ”，而“ 有了衷心渴望实现的目标，大家会努力学习、追求卓越，不是因为他们被要求这样做，而是因为衷心想 ’ 要如此 ”。
　共同愿景能唤起人们的希望，使工作变成是在追求一项蕴含在企业的产品或服务之中、比工作本身更高的目的。
世界上众多著名公司的成功最重要的是共同愿景所发挥的功能。
亨利·福特想要使一般人，不仅是有钱人能拥有自己的汽车；苹果的创始人则希望电脑能让个人更具力量。
这种更高的目的，根植于他们的企业文化当中，也导致了企业的成功。
　对于管理者来说，需要从上述两个方面来努力实现企业追求卓越的目的。
　　管理者激励直销员不仅可以通过薪酬来实现，而且可以通过一些薪酬外的手段来实现。
以下是三种不增加薪酬的激励方法：　一是增加直销员参与公司事务的机会。
直销员是企业的一线情报员，他们最清楚客户的需求和不满。
他们的建议和意见会提高为客户服务的质量，因此要努力增加直销员参与公司事务的机会。
直销员参与公司事务不但为公司带来好的改善思路，而且及时地发泄出了自己的不满，增强了他们的成就感和归属感。
　P20-21

第一图书网, tushu007.com

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