

<<怎样成为洽商高手>>

图书基本信息

书名：<<怎样成为洽商高手>>

13位ISBN编号：9787030166210

10位ISBN编号：7030166213

出版时间：2006-2

出版时间：科学出版社

作者：陆平洲

页数：236

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>

<<怎样成为洽商高手>>

内容概要

现在的商务往来，不再是以销售商品为第一要务，而是必须重视客户服务及社会福利等各个方面，才能在众多竞争对手中脱颖而出。

因此，为了能够与顾客达成良好的互动沟通，洽商的礼节和技巧即成为每个业务人员的必修课。

本书以近百个案例，分别阐述了洽商时必须牢记的基本方针及要领；与顾客进行洽商时的应对方法；介绍产品的技巧以及如何促成交易等，内容切合实际，让人易于吸收、应用，是置身于商场中的你不可或缺的战术秘籍与制胜法宝。

<<怎样成为洽商高手>>

书籍目录

序言第1章 洽商的基本技巧 1 商战要迎合时代 2 能够获得顾客主动邀请，才是一流的洽商高手 3 对公司、商品和顾客都应充满信心 4 经常性交易和临时性交易的本质是一样的 5 “生意人应该给予顾客利益”的真谛 6 要懂得服务的真谛 7 生意人最大的敌人是自己 8 不善推销的生意人和不会生蛋的鸡一样 9 行家也是由外行入门 10 从顾客的态度上学习东西 11 生意人也要懂得表演技巧 12 洽谈技巧是商品流通的推动力 13 以负责的态度及行动表现你的诚意 14 只要闯进敌阵，小兵也能立大功 15 谈话得体可以增广信息来源 16 使用方言交谈的好处 17 说话声调的不同，其代表意思也不同 18 要巧妙使用敬语 19 洞悉弦外之音 20 确实掌握裁夺权的关键性人物 21 电话洽谈须知 22 电话洽谈的优缺点

第2章 初次接触客户须知 1 如何克服访问恐惧症 2 如何避免低潮 3 拜访客户前的准备工作 4 要比约定的时刻早七到十分钟到达 5 绝不做毫无效益的初次接触 6 在开始的十秒钟之内掌握顾客 7 充分满足顾客的要求 8 交换名片的礼仪 9 熟记顾客的姓名并让人记住你的姓名 10 介绍信的功用 11 言谈举止关系到访问的成败 12 在对方说话时，适时地表示同意之语 13 拜访客户要持之以恒 14 电话访谈的技巧 15 电话拜访的经济效益

第3章 示范商品时的说话技巧 1 销售量与访问时间成正比 2 做事情务必心到配合眼到 3 顾客的警觉心从举止上表现出来 4 顾客的反抗心理 5 推销商品所具之效用 6 临场感的重要 7 不了解商品，就无法做商品说明 8 诉之以理，动之以情 9 示范用商品亦需计算成本 10 自己设计销售工具 11 实际示范比口头说明有效 12 以电话作为转变顾客心理的工具 13 顾客因立场及身份各异，问的事也不同

第4章 示范交易的要领 1 经常性交易的要领 2 推销商品的要领 3 义务工程的要领 4 销售汽车的要领 5 推销耐久商品的要领 6 做房地产生意的要领 7 推销家电用品的要领 8 出版社、书店做生意的要领 9 做运输业的要领 10 推销药品的要领 11 做建筑材料生意的要领 12 推销玩具的要领 13 做钟表生意的要领 14 推销纤维制品的要领

第5章 顾客反对意见及应付之道 1 “这个不好，我要那个” 2 “我不要” 3 “没有放的地方”或“没有钱” 4 “价钱贵”或“赚不到钱” 5 “新产品不晓得怎么样” 6 “请你让我考虑一下” 7 “在别的公司或代理店中有我的朋友” 8 “以前用过，并不好” 9 不爱讲话的顾客——先问他 10 喜好讲话的顾客——先听他 11 豪爽口无遮拦的顾客——将就他 12 忙碌或性急的顾客——长话短说 13 追根究底的顾客——满足他 14 犹豫不决的顾客——诱导他 15 喜欢理论的顾客——以理论回应 16 似懂非懂的顾客——配合他

第6章 促成交易的谈话技巧 1 法成交的推销员只是个说空话的人 2 掌握成交的时机 3 不要忽视顾客态度的变化 4 顾客的应对态度忽然改变时要提高警觉 5 不要放过成交的信号 6 勇敢地试探成交 7 “如果……”的诱导式谈话 8 要技巧性地诱导顾客 9 巧妙地运用契约书或订货单 10 谈妥的生意有时也会变卦

第7章 如何应付顾客的不满 1 找出顾客不满的原因 2 一贯作法也会引起顾客的不满 3 感情的处理比事件的处理更重要 4 顾客的不满有时可成为爱护商品的契机 5 聆听顾客的说辞才能知道顾客的想法 6 双方意见一致可以缓和顾客的不满 7 善后处理可以看出推销员的真实本领 8 由双方关系建立说话的技巧

<<怎样成为洽商高手>>

章节摘录

书摘“生意人应该给予顾客利益”的真谛 “经理，关于A大厦屋顶的设备费用是不是应该由本公司来负担呢？

” “这件事情原则上应该是由买主来负担啊。

” “经理，我看还是我们负担好，这样顾客会高兴呀！经理你不也曾经说过吗？——生意人一定要让客户获得利益。

” 像这样子的营业职员不在少数，在推销员研究会中的讲义上的确是这样写的：“生意人的使命在于给予客户利益。

” 但事实上很多销售员却误解了它的本意。

销售员的薪水是其公司所支付的，并不是顾客出的，因此一个销售员应该考虑到，自己的行动或自己的销售能带给公司带来多少好处，务必时时扪心自问，切莫草率行事。

再谈谈刚才的例子吧！假如屋顶的设备费要5万元，成本4万元，那公司就要产生4万元损失。

倘若公司要弥补本项损失，必须要在其销货毛利(销售额减去成本所得的差额)中增加13%，以净利润(从毛利润再扣减必要的管理费用)来说，也必须增加3%，计算的结果，其营业额要能够超过130万，方可使之平衡，可是，顾客也绝不会来感谢你，反而会牢骚满腹地说当初我应该再予杀价才对。

也许，有的时候反而会让顾客对生意人产生不信任。

换句话说，你认为这件事是给予客人利益，事实上却是让公司蒙受了损失，令顾客对推销员失去信心，很明显是弄巧成拙了。

“小刘，谢谢你啊！我当初假使听了你的忠告，装一个大型的冰淇淋库该多棒啊！虽然现在经济不景气，糕饼的销售量比去年增多了两倍，但冰淇淋的销路比去年多了三倍，真的，你真有眼光！” “邱小姐，你介绍我买一部这么好的自动传真机，实在太好用了，我太感谢你了，有了这部传真机传输资料非常轻松，也很少发生故障，你帮了我一个大忙哩！” “张先生，我们公司采用了你们出品的变压器后，立刻使成本降低了许多，工厂工作人员也反映说操作起来方便多了。

” 类似上述三例，从顾客嘴里说出来——他的确得到利益了，这才是真正给予顾客利益、分享好处。

也就是说，凭着你的谈话技巧，让客人知道买进了此批商品之后，使用起来优点显著且收回成本迅速；这样才算是“生意人应该予顾客利益”的最佳诠释，事实上，这也是生意人对社会大众所负的使命。

P.13-14

<<怎样成为洽商高手>>

编辑推荐

《怎样成为洽商高手》由科学出版社出版。

<<怎样成为洽商高手>>

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>