

<<拿到订单的100个电话>>

图书基本信息

书名：<<拿到订单的100个电话>>

13位ISBN编号：9787115242075

10位ISBN编号：7115242070

出版时间：2010-12

出版时间：人民邮电出版社

作者：卢斌

页数：229

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>

<<拿到订单的100个电话>>

内容概要

本书针对电话销售过程中的各个环节，通过“四位一体”的表现形式，将电话销售实战中可以用到的各种方法、技巧通过100个电话实景展示出来，是提升电话销售人员销售能力和拿单水平的实务工具书。

本书就电话销售工作中寻觅客户、绕过阻碍、挖掘需求、顾问式销售、销售跟进、消除异议、促成订单、电话接听、不同类型客户应对等各环节中可能要打的电话进行了详细阐述，灵活使用这100个电话中所蕴含的技巧和方法，电话销售人员可以解决销售过程中遇到的各种问题和复杂情况，可以更迅速地提升销售业绩。

本书适合一线销售人员、销售经理、呼叫中心工作人员、培训师等阅读使用。

<<拿到订单的100个电话>>

书籍目录

第1章 找准客户，打对电话来寻单 问题1 如何设计别具一格的开场白 问题2 怎样得到更多的客户信息 问题3 如何知道谁是关键负责人 问题4 如何探出客户的兴趣爱好 问题5 如何知晓客户的性格特征 问题6 怎样挖出订单利益相关者 问题7 怎样故意打错电话找客户 问题8 如何将错就错获得新客户 问题9 如何运用他人介绍拉近距离 问题10 怎样探知客户目前的合作者 问题11 如何应对客户各种各样的拒绝

第2章 绕过阻碍，让前台秘书来相助 技巧1 直呼其名显亲切 技巧2 适度赞美赢好感 技巧3 诚恳请求获帮助 技巧4 直接说出负责人 技巧5 给一个通话理由 技巧6 扮演客户的合作者 技巧7 强行闯关解决难题 技巧8 假借其他身份绕行

第3章 挖掘需求，对症下药才能成单 挖掘1 进入主题获取提问权利 挖掘2 询问客户的现状和期望 挖掘3 了解客户的显现需求 挖掘4 激发客户的潜在需求 挖掘5 明确客户的需求细节 挖掘6 增强客户对需求的感受 挖掘7 引导客户改变决策标准 挖掘8 适当时候预约面谈解决问题

第4章 成为顾问，帮助客户做出决策 做法1 如何留给客户一个专业印象 做法2 客户喜欢什么样的产品介绍 做法3 如何让客户对合作提案满意 做法4 什么样的建议才合客户的意 做法5 怎么能听出客户的话外之音 做法6 通过提问来判断客户的真实想法 做法7 话要怎么说才能说到客户心坎里 做法8 听出客户的心情说出暖心的话语 做法9 成为客户工作、生活上的好帮手

第5章 利益相关，追踪联系扫清障碍 难题1 如何赢得使用者的青睐 难题2 如何获得发起者的支持 难题3 如何排除影响者的阻碍 难题4 如何得到决策者的认可 难题5 如何获得执行者的认同 难题6 怎样获得“守门人”的帮助 难题7 怎样应对竞争对手搅局 难题8 怎样应对客户索要回扣

第6章 排除异议，让销售更进一步 异议1 我们不需要 异议2 我再考虑考虑 异议3 你们的价格太高了 异议4 你先把资料发过来 异议5 这件事我做不了主 异议6 这个项目已经暂缓了 异议7 你们的服务做得不好 异议8 现在很忙，以后联系 异议9 我们已经有其他供应商了 异议10 我还是对产品有些担心 异议11 现在资金紧张，没钱买 异议12 留下电话，需要的时候跟你联系 异议13 对方一言不发或敷衍了事 异议14 我们再研究一下，回头告诉你结果 异议15 已经接到很多电话了，不要再打了

第7章 再次跟进、赢得决策人承诺 跟进1 分级跟进客户 跟进2 要对客户负责 跟进3 引导客户说“是” 跟进4 适当制造紧迫感 跟进5 给客户额外的帮助 跟进6 发掘客户的关键疑虑 跟进7 为下次沟通做好铺垫 跟进8 让客户感受到你的关心 跟进9 给客户一个回心转意的理由

第8章 促成交易，踢好临门那一脚 方法1 直接成交法 方法2 选择成交法 方法3 假定成交法 方法4 让步成交法 方法5 利益成交法 方法6 富兰克林法 方法7 小狗成交法 方法8 紧张成交法 方法9 哀兵策略法 方法10 激将成交法 方法11 保证成交法 方法12 最后一问法

第9章 接听电话，抓住每一次机会 电话1 接听电话的礼仪 电话2 新客户来电咨询 电话3 老客户突然来电 电话4 正在跟进客户来电 电话5 将客户的抱怨转为商机 电话6 利用投诉增进客情关系 电话7 打错的电话也是机会 电话8 转接电话体现你的素质 电话9 合适时间给客户回电话

第10章 因客而异，有效应对11类客户 类型1 和平型客户：和谐才是王道 类型2 忧郁型客户：要的就是感觉 类型3 理智型客户：拿出证据帮他分析 类型4 沉默型客户：用耐心打开话匣子 类型5 给予型客户：真诚相对是心的桥梁 类型6 力量型客户：不要挑战他们的权力 类型7 目标型客户：帮助他们成功就是胜利 类型8 健谈型客户：控制时间保证通话效果 类型9 完美型客户：专业和细节是沟通的捷径 类型10 疑虑型客户：树立安全感就是缩小距离 类型11 活泼型客户：赞美和悬念是最大的诱惑

<<拿到订单的100个电话>>

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>