

<<一线万金>>

图书基本信息

书名：<<一线万金>>

13位ISBN编号：9787121076114

10位ISBN编号：712107611X

出版时间：2009-1

出版时间：电子工业出版社

作者：影响力中央研究院教材专家组

页数：163

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>

## 前言

易发久是我的忘年之友，也是我众多弟子中最有德、有识、有才者之一。

一个老师最大的骄傲就是培养出让自己敬佩的学生，如今我可以无憾地说，我就是那个最幸福的老师。

发久聪明睿智、勇于探索、善于创新，常常让我赞叹、欣慰，在业内也是有口皆碑。

我自与他相识、相知以来，亲见他出版了一本又一本专著，主持了一个又一个培训盛会，结识了一代又一代才俊，培训了一批又一批学员，一次次将中国的培训事业推向高潮。

可以肯定地说，没有发久，中国的培训也会大踏步发展，但一定会落后一两年。

不要小看这一两年时间，在周围环境瞬息万变的时代，也许落后一步就要追赶几十年。

所以，发久对中国企业的发展，可以说是有功德的。

我是中国“文革”后最早从事培训工作的人之一，早在1977年就倡导并创办了全国第一所民办大学，在1986年又创办了全国第一个MBA班，亲眼目睹了中国培训业30多年的发展。

我百感交集，既欣慰喜悦，又惋惜痛心。

欣慰的是，越来越多的企业已认识到了培训的重要性，而且提供培训服务的公司也越来越多；惋惜的是，大部分培训没有达到预期效果，许多培训公司只是昙花一现即告凋零。

## <<一线万金>>

### 内容概要

本书是“影响时空管理丛书·顶尖销售系列”之一。

本书按照电话销售工作的7个流程：前期准备、开场白、识别需求、产品推介、适时跟进、成交和售后服务，通过深入浅出、点到要害、有说服力的实战案例解析，详细阐述了在电话销售过程中电话销售人员必须熟练掌握的销售技巧。

本书是一本非常实用的销售工具书和培训手册，既适合作为电话销售人员的培训教材，也适合作为准备进入电话销售这一职业领域的人士参考用书。

## 书籍目录

第1阶 前期准备是关键 1.1 电话销售人员必备的“三心五态” 工具 正确销售态度测试表 案例讨论 刘小姐长舒了一口气 1.2 塑造积极心态的7种方法 工具 积极心态与消极心态对照表 案例讨论 夏目志郎是这样做准备的 1.3 寻找客户名录的6种方法 工具 寻找潜在客户的能力测试表 案例讨论 为何勤奋而没有业绩 本章小结第2阶 “说”好开场白 2.1 增加声音魅力的6个要点 工具 声音魅力测试表 案例讨论 电话销售人员的3种语速 2.2 20秒抓住客户的6种开场白 工具 电话成功开场白测试表 案例讨论 某公司电话销售人员的开场白 2.3 绕开电话障碍的8个策略 工具 与接线人互动关系测试表 案例讨论 怎样找到老总 本章小结第3阶 识别客户需求 3.1 识别客户需求的6个关键步骤 工具 识别大客户需求的SPIN提问模式 案例讨论 节电设备的电话推销 3.2 判断客户的性格类型 工具 CSMP性格管理工具 案例讨论 这样说服才有效 3.3 识别客户需求的2个技巧 工具 倾听与回应能力测试表 案例讨论 巧妙探询刘经理的需求 本章小结第4阶 成功进行产品推介 4.1 产品推介前的准备工作 工具 产品知识了解程度调查表 案例讨论 产品推介时机不对怎么办 4.2 产品解说的2个主要方法 工具 产品与主要竞品的卖点对比表 案例讨论 卖点“吉利数字” 4.3 推介产品的6个技巧 工具 产品推介技巧测试表 案例讨论 节能马桶产品推介 4.4 产品推介中的5个注意事项 工具 产品推介误区测试表 案例讨论 客户为什么生气 本章小结第5阶 适时跟进 5.1 客户有需求时的跟进 工具 客户信息数据库补充信息 案例讨论 谁是关键人物 5.2 不同客户的跟进策略 工具 客户跟进能力调查表 案例讨论 李大鹏是这样跟进决策人的 5.3 有效跟进客户的5个技巧 工具 跟进客户计划表 案例讨论 客户中途为何选择其他供应商 本章小结第6阶 顺利成交 6.1 处理客户异议的7种方法 工具 客户常见异议及其处理方法 案例讨论 客户为什么拒绝 6.2 应对提出拒绝的5类客户 工具 应对客户拒绝能力调查表 案例讨论 客户说不需要 6.3 提出成交请求的6个时机 工具 捕捉成交时能力调查表 案例讨论 识别购买信号 6.4 8种成交法 工具 电话销售促成技巧的比较分析 案例讨论 步步为营，促成订单 本章小结第7阶 做好售后服务 7.1 成交后的跟进策略 工具 老客户跟进表 案例讨论 建立软联系 7.2 处理客户抱怨的5个关键环节 工具 客户抱怨处理记录表 案例讨论 如此平息不满 7.3 与客户建立长期关系的7种有效工具 工具 成交后跟进电话的一般流程表 案例讨论 放长线，钓大鱼 本章小结



<<一线万金>>

经验表明，客户收到传真和邮件没有回复，不是因为电话销售人员做错了什么，说错了什么，或是客户轻视电话销售人员，而是因为产品无法满足客户的当前需求。

这时电话销售人员应该做的是发掘客户的需求，而不是盲目行事，不断催促客户回应。

有的时候，电话销售人员对某一位客户进行了一段时间的跟进，而且跟进比较顺利，可是到了最后的签约关头，客户竟然选择了电话销售人员的竞争对手来合作。

这时，更需要电话销售人员保持良好的心态，不要有任何抱怨，更不要与客户大吵大闹，而要把问题的真正原因找出来，努力争取机会，提出合理的解决方案。

即使这一次真的没有成功，也没有关系，至少可以吸取一些失败的教训，避免下一次犯同样的错误。

所以，电话销售人员不要因为暂时的失利而灰心丧气，一定要有自信，要坚持不懈地跟进。

一旦电话销售人员所提供的产品和服务能够满足客户的需求，客户自然而然就会感兴趣。

P104-106

<<一线万金>>

媒体关注与评论

这套影响时空管理丛书具有很强的操作性和很高的应用价值，对于广大企业管理者来说，是一套不可多得的工具书。

——国家人力资源和社会保障部中国人事科学研究院副院长 吴德贵 我想告诉所有销售培训人员，这是一套非常棒的销售图书！

如果此时您正在为怎样培训销售人员而犯愁，我建议您毫不犹豫地选择这套顶尖销售系列。

——北京影响力管理咨询公司培训经理 沈一飞 这套顶尖销售系列全面、系统地阐述了销售管理的全过程，内含众多实用、精辟的案例，对企业具有很高的应用价值。

拥有它，阅读它，您就能获得新的财富！

——欧林家具（北京）有限公司总经理 刘建勇 这套书理论有深度，实践有力度，点点到位，层层极致，有助于销售管理者立体、系统地打造一支优秀的销售队伍。

——广东中山凯立洁具有限公司营销总监 列潮阳 销售人员使用书籍如同用餐，贵在对口。

这套顶尖销售系列剥丝抽茧，山水渐露——原来大单就是这样落袋的。

——北京大唐兴竹软件技术有限公司销售部经理 李骅 对于销售团队来说，缺少的不是理论、方向和一时的激情，而是怎样才能将其执行到位，得到期望的结果。

那么，如何在执行过程中把每个环节紧密连接并充分发挥其最大能量呢？这套顶尖销售系列提供了具体、实用的方法。

——北京紫真商贸有限责任公司总经理 王晓波

<<一线万金>>

编辑推荐

《一线万金：电话销售的7阶秘诀》具有工具化、本土化、实战化、系统化让您的职业生涯从此发生实质性改变。

学管理，而不是管理学 40%学完能用，40%明天能用，20%将来能用 影响时空管理丛书  
由影响力训练集团组织十几位专家、几十位学者、上百位培训界精英历经三年时间精心创作，内容注重实战，以解决企业管理实际问题为导向；论述深入浅出，通俗易懂；工具多、方法多、案例多，且经过多轮培训课程使用并经过多次修订，受到各层次管理者的欢迎和好评。

《一线万金：电话销售的7阶秘诀》是“影响时空管理丛书·顶尖销售系列”之一。



#### 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>