

<<怎样和客户交朋友>>

图书基本信息

书名：<<怎样和客户交朋友>>

13位ISBN编号：9787121085222

10位ISBN编号：7121085224

出版时间：2009-5

出版时间：电子工业

作者：杨智斌

页数：265

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>

## <<怎样和客户交朋友>>

### 前言

同质化时代的销售法则我们唯一能找到的答案是：对客户持续关注，并形成牢固的客户关系，即构建那种比纯粹意义上的“客户”更进一步的商业合作中的信赖与友谊。

美国著名的客户关系心理学家尼尔·雷克汉姆曾说：“有确凿的证据证明与客户的关系一直是销售中很重要的因素。

而在同质产品的销售中，关系变得更重要，因为当产品间不存在差异时，那么关系就成了一种区别。

”在一个同质化的时代，情感上的信赖和友谊大概是我们能够区别于他人的唯一的差异化所在。

可惜这一点，大多数人都忘记了。

更重要的问题是，即使有人明白这层道理，似乎也找不到合理的方法来解决这个问题，这对销售工作是极为不利的。

情感是什么？

情感是一种心理活动，是出自内心的某种安全感、信任感和依赖感，是一种心理上情感需求的现实反映。

对客户来说，选择什么样的产品、愿意和哪家企业合作，并不完全是由产品或服务品质决定的。

在同质化的前提下，客户的选择更多是依赖心理上的情感需求。

我们一直反复强调“用兵之道，攻心为上，攻城为下”，那么销售中就必然需要在情感上和客户产生共鸣。

本书是我们对情感销售的一次深入探究。

我们知道，情感是心理层面的，是个人心理的内在活动。

因而，本书融合了大量切实可行的心理学技巧以帮助我们应对销售工作中的各种难题。

本书也是基于销售过程的系统实践指导。

我们知道，如果我们想与客户建立良好的业务合作关系，并以此形成牢固的商业友谊，那么我们必须从一开始就注入情感的力量，并在这个过程中不断强化这种情感。

我们应该让我们的每一项工作都饱含着真诚、关怀和助人之心，并将这种情感表现得恰到好处。

至于怎么表现，则是书中重点揭示的内容。

愿此书带给从事销售工作的朋友们一些有益的启示，并在职业发展方面提供切实的帮助！

## <<怎样和客户交朋友>>

### 内容概要

《怎样和客户交朋友：业务合作中情感交流的心理学原理》是一本旨在帮助销售人员开发、培养和跟踪客户的心理指导读物，在解读销售行为和技巧的同时，运用心理学原理深入浅出地揭秘了其内在规则。

《怎样和客户交朋友：业务合作中情感交流的心理学原理》内容重点在于通过解读销售工作的流程和关键步骤，准确、深入地再现其要点和细节，为销售人员提供最真实的推销策略、最有效的成交技巧，以及最优质的客户服务策略等。

通过阅读《怎样和客户交朋友：业务合作中情感交流的心理学原理》，能有效改善销售人员的销售实战能力，提升其销售业绩。

## &lt;&lt;怎样和客户交朋友&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 观察记 观察要点1：怎样把握客户的性格特征 观察要点2：怎样理解不同客户的价值 观察要点3：怎样找到与客户共同点 观察要点4：怎样找到客户的兴趣点 观察要点5：怎样确定客户的内在心理需求 观察要点6：怎样把握客户的购买需求 第二章 追踪记 追踪要点1：怎样进行客户信息分析 追踪要点2：怎样通过电话追踪客户 追踪要点3：怎样向客户传递产品信息 追踪要点4：怎样确定吸引客户的销售诉求 追踪要点5：怎样通过有效联系建立客户友谊 追踪要点6：怎样确定最佳的销售时机 第三章 主动记 主动要点1：怎样克服自己的销售障碍 主动要点2：怎样主动与客户交往 主动要点3：怎样把握交往的时机和条件 主动要点4：怎样展现自己的自信和成熟 主动要点5：怎样通过热情感染客户 主动要点6：怎样表达自己的交往愿望 第四章 拜访记 拜访要点1：怎样提出自己的拜访请求 拜访要点2：怎样建立良好的第一印象 拜访要点3：怎样有效设计开场白 拜访要点4：怎样有效利用他人的影响力 拜访要点5：怎样给客户留下深刻的印象 拜访要点6：怎样制造下一次见面的机会 第五章 交流记 交流要点1：怎样提出引导性的问题 交流要点2：怎样倾听客户的谈话 交流要点3：怎样主导客户的注意力 交流要点4：怎样回应客户的谈话 交流要点5：怎样阐释自己的观点 交流要点6：怎样提出自己的反对意见 第六章 坚持记 坚持要点1：怎样克服拒绝恐惧症 坚持要点2：怎样正确看待客户的拒绝态度 坚持要点3：怎样有效地预防拒绝 坚持要点4：怎样有效克服客户的借口性拒绝 坚持要点5：怎样排除客户的真正拒绝 坚持要点6：怎样进行有效的客户跟进 第七章 诚信记 诚信要点1：怎样与客户分析产品的优势 诚信要点2：怎样诚恳表达自身产品的不足 诚信要点3：怎样建立客户的信赖感 诚信要点4：怎样向客户做出积极的销售承诺 诚信要点5：怎样处理客户的批评性意见 诚信要点6：怎样对待客户不合理的交易请求 第八章 促成记 促成要点1：怎样识别成交信号和把握促成时机 促成要点2：怎样使用优惠政策促成购买 促成要点3：怎样有效处理客户提出的异议 促成要点4：怎样平衡决策人与需求人的关系 促成要点5：怎样帮助客户下定决心购买 促成要点6：怎样有技巧地促成客户交易 第九章 成交记 成交要点1：怎样与客户进行价格谈判 成交要点2：怎样向客户做出谈判让步 成交要点3：怎样反馈客户提出的购买条件 成交要点4：怎样处理客户的延迟心理 成交要点5：怎样为客户提供简便的交易环境 成交要点6：怎样提升客户购买后的满足感 第十章 突破记 突破要点1：怎样强化与客户的关系纽带 突破要点2：怎样与客户保持互动的信息交流 突破要点3：怎样应对客户的需求变化 突破要点4：怎样进行老客户跟踪式销售 突破要点5：怎样有效防范客户流失 突破要点6：怎样有效挽回流失的客户 第十一章 服务记 服务要点1：怎样进行客户销售回访 服务要点2：怎样运用超值服务策略 服务要点3：怎样对客户一对一服务 服务要点4：怎样处理客户的抱怨 服务要点5：怎样进行客户冲突管理 服务要点6：怎样维护客户的满意度 第十二章 同心记 同心要点1：怎样做客户的产品顾问 同心要点2：怎样与客户建立互惠双赢的伙伴关系 同心要点3：怎样突破与客户的物质交流关系 同心要点4：怎样快速缩短与客户的心理距离 同心要点5：怎样保持与客户得体的礼节交往 同心要点6：怎样实现客户关系的良性发展 第十三章 引荐记 引荐要点1：怎样制定有效的客户引荐计划 引荐要点2：怎样向客户提出引荐请求 引荐要点3：怎样帮助客户确定销售对象 引荐要点4：怎样对老客户的引荐做出反应 引荐要点5：怎样促成客户参与你的销售规划 引荐要点6：怎样建立良好的客户人脉网

## <<怎样和客户交朋友>>

### 章节摘录

第一章 观察记观察要点1：怎样把握客户的性格特征我们在乘电梯的时候，通常会遇到以下几种人。

1. 直接进入电梯，马上按按钮关上电梯门，绝对不管外面气喘吁吁跑来的其他人。

2. 一边往电梯里走，一边热情地招呼对方“快进来”。

3. 耐心地排队，但总是犹豫不决，哪边电梯先到就站到哪边，如果本来后到的电梯先到了，他会移过来；如果觉得电梯看起来已经满了，他会等待下一班。

4. 直接走进电梯，当电梯超载报警时，叫站在门口的人出去。

这4种场景，实际上反映了4种不同性格的人的特征表现。

当作为行为“内核”之一的性格因素起作用的时候，即便是面对同一件事、同一个人，人们也会产生不同的表现，这就是性格的外部特征。

在销售中，每个客户也都有自己特定的个性，我们不可能要求客户改变，让他适应我们的思维方式和行为习惯。

面对不同类型的客户，要想与朋友一样与他们促膝而谈，就必须了解他们的性格特征，采取适合客户性格的沟通方式。

客户的性格看不见、摸不着，但感觉得到。

在和客户交流的过程中，有时候会觉得他们难以捉摸：既不做出购买承诺，也不拒绝。

这很可能就是客户的性格特征在“作怪”。

## <<怎样和客户交朋友>>

### 媒体关注与评论

人们更喜欢从朋友而不是从销售员那里买东西！

——（美）杰弗里·吉默特有确凿的证据证明与客户的关系一直是销售中很重要的因素。而在同质产品的销售中，这种关系变得更重要，因为当产品间不存在差异时，它就成了一种区别。

——（美）尼尔·雷克汉姆在一个同质化时代，与客户在情感上的信赖和友谊大概是我们能够区别于他人的唯一的差异化了。

这一点，大多数人都忘记了。

更严重的是，即使有人明白这层道理，似乎也找不到合理的方法来解决这个问题，这对销售工作极为不利。

本书是对情感销售心理学理论的一次深入探索。

我们知道，情感是心理层面的，是个人心理的内在活动。

本书正是在这种认识的基础上，融合了大量切实可行的心理学技巧以帮助我们应对销售工作中的各种难题。

同时，本书也是基于销售过程的系统实践指导。

我们要想与客户建立良好的业务合作关系，并以此形成牢固的商业友谊。

必须从一开始就注入情感的力量，并在这个过程中不断强化这种情感。

应该让每一步工作都渗透着我们的真诚、关怀和助人之心，并将这种感情表现得恰到好处。

至于怎么表现，则是本书内容深入讨论的问题。

赢得生意的最佳途径是先赢得朋友。

如果你能找到和潜在客户的共同点，例如同样的兴趣，你们的生意关系就会带上友谊的色彩。

——（美）杰弗里·吉默特糟糕的是，销售人员经常会因短期的交易利益而对客户采取强势销售，这样做的结果是在新的关系尚未建立起来之前就将它破坏掉了。

——（美）尼尔·雷克汉姆满足客户的需求已经成为销售成功的关键。

但是如果所有的销售人员都奉行这一理念，采用相同的做法，那又怎样去确立自身的竞争优势？答案是：帮助客户，与客户建立真正的朋友关系。

——（美）约翰·R·德文森蒂斯

## <<怎样和客户交朋友>>

### 编辑推荐

《怎样和客户交朋友:业务合作中情感交流的心理学原理》是由电子工业出版社出版的。在一个同质化时代，与客户在情感上的信赖和友谊大概是我们能够区别于他人的唯一的差异化了这一点，大多数人都忘记了。更严重的是，即使有人明白这层道理，似乎也找不到合理的方法来解决这个问题，这对销售工作极为不利。《怎样和客户交朋友:业务合作中情感交流的心理学原理》是对情感销售心理学理论的一次深入探索。

我们知道，情感是心理层面的，是个人心理的内在活动。

《怎样和客户交朋友:业务合作中情感交流的心理学原理》正是在这种认识的基础上，融合了大量切实可行的心理学技巧以帮助我们应对销售工作中的各种难题。同时，《怎样和客户交朋友:业务合作中情感交流的心理学原理》也是基于过程的系统实践指导，我们要想与客户建立良好的业务合作关系，并以此形成牢固的商业友谊，必须从一开始就注入情感的力量，并在这个过程中不断强化这种情感：应该让每一步工作都渗透着我们的真诚、关怀和助人之心，并将这种感情表现得恰到好处。至于怎么表现，则是《怎样和客户交朋友:业务合作中情感交流的心理学原理》内容深入讨论的问题。

<<怎样和客户交朋友>>

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>