

<<做最棒的面对面销售>>

图书基本信息

书名：<<做最棒的面对面销售>>

13位ISBN编号：9787121178047

10位ISBN编号：7121178044

出版时间：2012-9

出版时间：电子工业出版社

作者：张德华

页数：346

字数：461000

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>

<<做最棒的面对面销售>>

内容概要

导购是目前从业人员队伍最壮大的一个职业，同时非常具有挑战性。成为最棒的门店导购，拥有成功的销售技巧是每一名导购人员都热切盼望的。本书通过通俗的语言和丰富的销售情境，向读者传达最实用的销售方法。这是一本为各类门店导购提供的人人皆可学、人人有收获的提升销售技能的行动指南，也是导购从业人员提升业绩必备的职业手册。

<<做最棒的面对面销售>>

作者简介

刘邦辉

清华大学管理工程研究生毕业

“第三教育”、“速正法”、“文理双修法”创始人

15岁读大学，19岁留学任教，曾被《环球周刊》评为“北京市最年轻的大学老师”。

北京三五企业家俱乐部创始人，帮助俱乐部成员企业进行投融资顾问服务和投资理财服务等。从事证券投资10多年，在企业改制、企业投融资、投资理财方面有丰富的经验。

<<做最棒的面对面销售>>

书籍目录

第一章 为何学习？

学习是种需求

第一节 追逐学历，学历是每个人的必需品

第二节 实现就业，就业方能获得社会认可

第三节 成功创业，创业需要学习他人经验

第四节 个人理财，理财才能实现财富自由

第五节 留学国外，留学是增长才识的捷径

第二章 如何学习？

学习需要方法

第一节 速正法

第二节 文理双修法

第三节 一字一书法

第四节 中西教育对比学习法

第五节 行言统一学习法

第六节 寓学于乐学习法

第七节 正面激励法

第八节 精泛统一法

第三章 成功乃失败之父

第一节 成功乃失败之父

第二节 刘晓庆的故事：人生舞台大变换

第三节 汪建中的故事：股评大腕沉浮记

第四节 德隆事件：天上地下的轮回

第五节 巨人之歌：史玉柱的悲喜剧

第四章 创新思维模式

第一节 由点到面思维新模式

第二节 与成功者对话

第三节 与金庸对话

第四节 与华罗庚对话

第五节 与马斯洛对话

第六节 与岳飞对话

第五章 学习还是不学习，这是一个值得思考的问题

第一节 不学习，就会落后于人

第二节 不学习，发展无从谈起

第三节 不学习，企业被淘汰为时不远

第四节 不学习，职场人士发展大忌

第五节 不学习，家庭幸福从何而来

第六节 不学习，就意味着死亡

<<做最棒的面对面销售>>

章节摘录

版权页：对于外行的顾客，要做顾客了解本行业和产品的导师，打消顾客的各种疑虑，才能促成产品销售。

顾客：“你这个新产品质量怎么样？”

总得比我原来想要的那个好吧？

有没有比这个新产品更好的、价格更便宜的？

”销售人员：“这个产品质量绝对没有问题，是国外的名牌，在欧美市场占有率一直都是遥遥领先的。

”顾客：“嗯！

国外的名牌……不过我对这个产品不了解，我回家了解一下再买吧！

谢谢您的推荐！

”这位销售人员自我感觉良好，对自己的产品充满自信，就认为顾客一定会购买，然而事实往往是，顾客向来忌讳买自己陌生的不了解的产品。

很多顾客因为是产品的外行，因此不敢轻易花钱，害怕花冤枉钱。

作为销售人员，必须在取得顾客基本信任后，向顾客介绍新产品的研发背景，性能优势，市场状况等，让顾客快速入行，从而增加对这一行的基本了解，亲近顾客，才能赢得顾客的信任。

销售人员引导顾客消费是一个比较复杂的过程，作为一名合格的销售人员，你必须时刻精心、细心、恒心地为顾客不厌其烦地讲解，这个时候，你的角色不仅仅是一名销售人员，还是顾客了解整个行业概况的良师益友。

当顾客询问机子的质量如何或其他很不专业的词语的时候，你要小心区分顾客是真的外行，还是内行对你的试探，但不管怎样，拥有真诚的态度就会同时应对这两种不同类型的顾客。

一般情况下，问这些基本问题的顾客往往都是外行，担心自己不懂产品，不敢买，生怕上当受骗多花钱。

由于顾客缺乏背景知识，缺乏对行业和产品的整体认识，因此对这些产品没有判断能力，对销售人员的话语也就无从把握，销售人员不引导顾客了解行业，顾客就不敢购买产品。

这时候销售人员不能求急成交，而是抱着帮助顾客了解行业动态的心态与顾客进行交流，这将取得顾客的信任，只有取得信任后再介绍产品，才能有把握促进成交。

如果销售人员想做成这单生意，就不能简单打发顾客，此外也不能认为遇到大肥羊可以使劲宰了，销售人员必须努力以朋友、专业人士、销售人员和产品共同爱好者的身份来与顾客进行交流，获得顾客信任，只有亲善的情感培养出来了，顾客才会心甘情愿听取你的建议，此时考验的就是销售人员的专业知识、真诚心态和学识。

在向顾客介绍产品时，销售人员必须做到简洁、准确、流畅、生动，切不可卖弄专业术语。

因为你推销的是产品，而不是那些抽象的代码。

顾客：“你介绍的新技术是怎么回事？”

”销售人员：“就是我们的CST！”

如果想试试别的材质的，那就需要我们的FDX了，也可以为每一个FDX配上两上NCO。

”顾客（稍稍按捺了一下心中的怒火）：“小伙子，我要买的不是字母！”

”销售人员：“噢，我说的都是我们产品的序号。

”顾客：“我想我还是再找别家问问吧。

”向顾客，尤其是非专业的顾客介绍产品时，不要卖弄那些让人搞不明白的专业术语，而要用顾客听得懂的语言向顾客进行介绍。

案例中的顾客不明白销售人员介绍的新技术是怎么回事，是由于销售人员对于新技术的描述过于专业，使用了过多的、难懂的名词术语：或者是销售人员为了卖弄技术而讲技术，没有把介绍重点从新技术自然地转移到新技术带给顾客的好处与利益上。

因此，销售人员在介绍新技术时，一定要与顾客的利益相结合，要使用通俗易懂的语言，让顾客明白新技术到底有什么用途，能给自己带来哪些好处，这样才能有效激发顾客的购买兴趣。

<<做最棒的面对面销售>>

<<做最棒的面对面销售>>

编辑推荐

《做最棒的面对面销售:见面即成交的300个情境销售法》不仅站在客户的立场，多角度地分析客户的需求，多方面地揭示客户的心态。同时也站在销售者的角度，提供多种可供选择的具有针对性的应对方法。双向的互动分析有利于销售者全面把握整个销售过程的局势和场面，以最有效的方式推出自己的产品。

<<做最棒的面对面销售>>

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>