

<<绝对成交>>

图书基本信息

书名：<<绝对成交>>

13位ISBN编号：9787122070593

10位ISBN编号：712207059X

出版时间：2010-2

出版时间：化学工业出版社

作者：苗雨

页数：208

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>

<<绝对成交>>

前言

销售方式的变革来临了。几乎每个销售人员都有过这样不愉快的经历：精心准备了各种资料，在家演练了各种销售情景，但在和客户洽谈的时候，总不能按照预想的步骤进行，因为客户总有很多挡箭牌来搪塞。

“没有时间”、“没有钱”、“我们不需要”这样的借口已经填满了销售人员的两只耳朵。

于是销售人员采用传统的做法，不停地打电话，不停地拜访，不停地向客户阐述自己产品的优点，或者送一些小礼物来增加客户对自己的好感，并且用“成功的销售人员都是在一个天文数字的拜访次数后才能签单的”来安慰自己挫败的心理。

这样销售就变成了一项异常艰辛的工作。

正如上面所描述的那样，大多数销售人员都喜欢“说”而不喜欢“听”，当你这么做的时候，销售的主动权就掌握在了客户的手里，因为你说得太多，却无法了解客户的真正需求是什么，他们产生异议的真正原因是什么。

只有“说”是不能让客户达成交易的，只有“听”才能了解客户内心的期望，进而有策略地选择销售方法，而听的前提便是“问”。

提问式销售，顾名思义就是用提问的方式进行销售。

作为现代销售理念的代表，提问式销售强调重视客户的需求，通过对客户信息的搜集处理和反馈来开发、满足客户的需求。

如果一位客户对你说：“我想买一台便宜点的复印机。”

听到这句话，你是否就会开始向客户介绍便宜一点的复印机？

如果这样，你便只可能卖出一台便宜的复印机。

而如果采用提问式销售，那么在你收到客户的信息之后，就会紧接着问一句：“便宜的复印机只有简单的基本功能，您对高级功能没有需求是吗？”

客户：“也不是，只是我看到电脑城里的便宜一些。”

这样销售人员就知道了客户并不是对高级复印机没有需求，而是客户属于价格敏感型的，那么你的产品介绍范围就不应只局限于价格低廉的复印机了，如果方法得当，你就有可能卖出一台价格昂贵的高级复印机。

比如你可以继续发问：“可是那里的复印机质量怎么样呢？”

一般来说，电脑城里的复印机多为二手翻新机，质量都不会很过硬，客户不会看不出其中的门道，这样你就可以用提问的方式帮助客户自己进行客观的比较分析，使销售局面有利于你。

谁都知道，世界上最难的事情是把自己的想法拿出去放进别人的脑袋里，然后再把别人口袋里的钱掏出来装进自己的口袋里。

然而，这却是说服的最高境界，也是每一个优秀的销售人员所必备的素质。

提问式销售就可以让你在最短的时间内修炼出这种素质，得到开启成交之门的金钥匙。

你还在犹豫什么呢？

赶紧来体验一下这种销售方式的神奇之处吧！

<<绝对成交>>

内容概要

销售是说服的艺术，但是如果只有说，而没有问，销售就会走进一条死胡同。

提问与销售过程的每个阶段都有着密切的关系：在早期的开发客户阶段，提问可以帮助我们识别客户；在激发客户需求阶段，明确客户的问题和清楚展示你的产品或服务怎样以更节约成本的方式帮助客户解决问题，提问简直就是核心；在后期促成客户成交并采取行动阶段，同样离不开提问。

正确的提问正是引起客户注意、获取相关信息、争取主动权、引导客户思考、进行谈判总结的法宝，是销售取得成功的关键所在。

本书即是紧紧围绕提问这一主题，从探寻潜在客户、激发客户需求、促使客户成交三个大的方面来进行阐述，如何在销售的开始到最后的成交这一过程中正确地提问，成交每一单，从而最终让自己的业绩得到提升。

<<绝对成交>>

书籍目录

引言 用提问敲开成交之门 第一篇 用提问探寻潜在客户 第一章 提问从第一声招呼开始 增加亲和力,博取客户好感要先行 只有专业才值得信赖——打造专家形象 把握开场3分钟:好的开始才有好的结果 应对第一声“不” 步步为营,用问题控制商谈节奏 喜怒不形于色,销售中控制好情绪 第二章 拜访决定销售成败 拜访先邀约 如何真正接近客户 找对方向再走路,明晰拜访目的 小细节暴露大问题,善察才能善问 寻求话题打破冷场 遵循两多一少:多问多听少说 第三章 销售从了解开始 与陌生人交往的技巧 分析客户类型才能对号入座 分析客户的购买心理才能打动客户 获得准确的信息 换位提问,让客户自己说服自己 解析客户潜在语言,读懂话中话 评判客户购买能力,认准有钱的客户 第四章 利用客户的猎奇心理 一个问题即可激发好奇心 激发好奇心的策略 没兴趣 不需要,开发没有兴趣的客户 第五章 直击决策者 分辨目标客户,销售需要找对人 冲破“小鬼”防线 销售也可以先擒王:从高层入手 群众的力量是无穷的:从底层入手 同时“击破”多名参与者 第二篇 用提问激发客户需求 第六章 初步试探,发现需求 先有需求,后有方案 调整提问范围 诊断性问题可以对症下药 先明确需求的种类再去满足 看人下菜,不同客户的不同需求 第七章 升级提问,发掘需求 正确的提问策略=成功的交易 四种提问类型的关系 开启型提问:摸清客户基本情况 问题型提问:弄清客户购买障碍 影响型提问:了解客户困扰程度 签约型提问:化解客户现实困难 第八章 创造需求的四种模型 刺激反应模型:有了欲望才能有行动 假设成交模型:假戏真做,假亦成真 诱发满足模型:渠成水自来 改变实现模型:用新奇打动客户 第九章 利益定位需求 销售是为了帮客户解决问题 识别客户的利益 让客户明确自己的需求 让客户感受到利益,客户才容易被说服 第十章 产品展示中的关键性提问 产品展示的流程与方式 体验式销售:先尝才会后买 强化产品价值,有价值的产品客户才会买 让客户的答案引导你的展示 展示避免画蛇添足 用完美的问题做完美的收场 第三篇 用提问促使客户成交 第十一章 用提问牵着客户的鼻子走 掌握销售主动权,客户容易“买账” 学会利用间接影响力 设计有质量的提问 非此即彼,诱导客户“二选一” 以问答问:把皮球踢给客户 大棒PK胡萝卜 主动提出成交请求 第十二章 六种被拒绝情况的应对技巧 “我没钱” “我没有时间” “我不需要” “我再考虑一下” “别人卖得更便宜” “这件商品一无是处” 第十三章 将成交时机握在手中 放长线,钓大鱼,无须急于求成 成交时刻来临的前提条件 暗示期望 使客户进入紧急状态 他要买了——确认成交信号 让客户主动说“是” 成交不成交,先试它一试 口说无凭,签订合同是关键 第十四章 解决客户异议 产生异议的四种表现 产生异议的两方面原因 消除异议的两大要点 用反问回答异议的有效句型 找到异议的福音 用幽默化解尴尬 售后反馈,消除后患 切勿争执,销售不是辩论赛

<<绝对成交>>

章节摘录

第一篇 用提问探寻潜在客户 第一章 提问从第一声招呼开始 只有专业才值得信赖——
打造专家形象 有一个生产罗网一类产品的厂子。

这个厂有一个刚来的业务员莱恩。

莱恩做事非常主动热情，但就是无法签单。

这是为什么呢？

一次，莱恩听说某地新开了一家塑料厂，他想，制塑料得用过滤筛，于是急忙登上火车，日夜兼程赶到那里。

待他说明来意，人家笑了，对他说：“我们生产的是白色塑料，不用过滤，带颜色的塑料才需要过滤呢。”

” 时隔不久，莱恩又到一家橡胶厂销售罗网。

该厂的生产厂长问他：“你们厂能生产多大拉力的网？

最高含碳量是多少？

能经得住多高的温度？

”面对这些问题莱恩一无所知，只能是抓耳挠腮。

每个人在买东西的时候，都会问一些问题，以便对商品有较多的了解。

这件商品越重要，价格越昂贵，问题便会越多。

如果得不到圆满的回答，客户的信心就会动摇。

客户提了10个问题，即使你对其中的9个对答如流，剩下的一个却支支吾吾的话，也会让客户对你的产品产生怀疑。

随着各种传媒工具和互联网的普及，人们的眼界逐渐开阔，客户也会通过各种媒体对商品进行深入地了解。

销售人员要以这样的客户作为对象来销售商品，不仅要比一般客户更胜一筹，而且要比那些“内行”更进一步地掌握有关的商品知识，否则就无法圆满完成销售任务。

只有一个很专业的销售人员，才能给客户增加信任度与安全感。

一般情况下销售人员针对客户的需要、欲望或客户关心的事提出询问，就可以引起客户的反应。

同时，销售人员如果从更专业的角度来询问，就更能得到对方的信任。

在打造专家形象的时候，你的专家级意见最好也通过提问的方式阐述出来，这样会让客户印象更加深刻。

我们来分析一下这句话：“与其他车辆相比，这种车能节省15%的汽油，而且可以节省许多养护费，您觉得合适吗？”

”唤起客户的注意力后可以接着说：“我们来看看有关油耗的比较数字好吗？”

”这么一问，大部分客户都会认可。

显而易见，这位销售人员把“这车能为您……”这句单调的话，变成柔和的询问语后，效果获得了显著的改善。

销售人员要做好这种询问，并不能仅凭接待时的灵感，而应当事先多准备几个询问问题。

<<绝对成交>>

媒体关注与评论

如果你能提问，就永远不要开口说。
——世界级销售培训大师博恩·崔西

<<绝对成交>>

编辑推荐

不会提问，就卖不掉产品，不会提问，就做不了销售冠军。

一味地说个没完并不是销售。

成交属于那些会提问的人。

销售的技巧其实就是提问的技巧！

销售大师的绝对成交秘籍 相信销售人员每天都会遭遇到如下的困难和障碍： 我进不了客户的办公室。

潜在客户急着索要资料，但却迟迟不购买。

客户表示他们重视服务，但又希望压低价格。

我觉，导我一直把时间浪费在那些毫无指望的机会上面。

他们塞了一个无法做决策的人给我。

我已经准备和对方签约，但出现突发状况，搞砸了一切。

我好像每次都找错人。

他们总说现在没有预算来购买。

在销售过程的每个阶段，提问都是强有力的工具。

提问可以帮助你赢得客户的心、了解他们的需求、开始销售陈述、建立关系、找到你需要的信息、处理客户的反对意见和让客户采取行动更快成交。

《绝对成交：提问式销售的80条妙计》是每位销售人员的珍贵参考书。

只要《绝对成交：提问式销售的80条妙计》在手，你将抓住每个销售机会，绝对成交！ 不要一味地把时间花在介绍产品上面，不要说个没完，要懂得用提问主导整个销售过程。

你问得越多、越好，你就会越有能力，做出越多业绩。

优秀的销售人员总是用提问快速攻破客户心防、顺利成交，而你也可以轻松地通过《绝对成交：提问式销售的80条妙计》学到所有关键技巧，成交每一单！

<<绝对成交>>

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>