

<<客户问不倒>>

图书基本信息

书名：<<客户问不倒>>

13位ISBN编号：9787301151358

10位ISBN编号：7301151357

出版时间：2009-8

出版单位：北京大学

作者：温爽

页数：205

字数：193000

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>

<<客户问不倒>>

前言

前几天，温老师给我打来电话，说他写了一本书——《客户问不倒》，同时把书稿也发了过来。刚看了几页，我就感到，温老师出手不凡，功底不浅，越看越爱不释手。趁着兴致一气看完，不禁拍案叫绝：河南南阳在文学界出了个二月河，看来在营销界将要出个温爽了。

企业的销售队伍经常是铁打的营盘流水的兵，管理上的问题第一个是需要不断地培训新员工，费时费力地不断重复同一个动作，第二个是销售人员在销售场景中遇到各种被动语境时常常语无伦次，败下阵来，缺少应对的工具。

有了这本手册，管理者就可以未雨绸缪，发下去让销售员熟记于心，使他们在销售工作中与客户沟通起来胸有成竹。

一些企业在内部培训中，也曾经给销售人员编发过话术手册。

几年前，我在做营销学院院长时，一直就想做一个这样的东西，还专门成立了一个课件开发小组。结果，做出来的内容连我们自己都不满意，没想到温老师这次把我们想到的和没想到的都包罗进来了，它作为一种模板可以直接被套用。

我是搞基层营销培训的，每年我公司都要招聘大批销售员，投入大量时间和人力，《客户问不倒》的出版帮我们解决了这个难题，我们要给每个销售员都随身配一本，在销售中遇到异议马上查询，我敢断言《客户问不倒》一定会成为销售人员爱不释手的工具书。

<<客户问不倒>>

内容概要

也许你口才一流，却业绩平平；也许你邀约很多，却签单很少；也许你的产品演示很到位，可顾客却不买账，那你的问题很可能出在谈话技巧上。

好口才只能为你吸引眼球，运用技巧才能帮你赢得订单！

这是一本帮助一线销售人员应对客户提问的实战手册，它以72个销售情境为索引，既有利于系统学习，又便于快速查找。

作者分别针对这72个销售情境提出了具体的应对技巧，全面细致，浅显实用。

本书不仅能为一线销售员提供及时、精准的客户提问应对技巧，更能帮助他们建立起自己的销售话语体系，进而为企业打造一支有技巧、能战斗的销售铁军。

<<客户问不倒>>

作者简介

温爽，美国培训认证协会（AACTP）国际认证培训师、埃里克森国际教练学院国际认证教练、中华营销培训网（www.byqp.com）资深培训师、中国企业职业营销经理研修班首席讲师、中国企业竞争力工程特邀专家。

从一线销售员到国际认证培训师，温先生有着丰富的企业销售和培训经验，著

<<客户问不倒>>

书籍目录

序前言第一章 如何顺利约见客户 一、客户拒绝怎么办？

- A 你有什么事情？
- B 怎么知道我的电话？
- C 我很忙，没有时间。
- D 我没兴趣，所以不用见面了。
- E 你先把资料寄过来，我看一下再说。
- F 现在不需要，需要的时候再联系。
- G 哦，原来是推销东西的。
- H 你就在电话里说吧。
- I 你打错了吧？
- J 不是说过我没时间、没兴趣，以后再联系吗？

二、秘书阻拦怎么办？

- A 您找X经理有什么事情？
- B 您好，您是哪里？
- C 他到外地出差了他在开会。
- D 对不起，他现在不在。
- E 对不起，您预约了吗？
- F 先发传真后预约！

话术警示第二章 百战百胜的16种开场白 A 激发好奇心开场白 B 奉送金钱开场白 C 价格折算开场白 D “最”字开场白 E 表演展示开场白 F 特效开场白 G 假设问句开场白 H 请教求助开场白 I 赞美开场白 J 寒暄开场白 K 巧借东风开场白 L 故作熟悉开场白 M 他人引荐开场白 N 有效提问开场白 O 关心客户开场白 P 临时拜访开场白 话术警示第三章 如何打消客户的顾虑

一、客户质疑产品怎么办？

- A 你们公司规模如何？
- 产品怎么样？
- B 你们产品有.....的缺点。
- C 产品质量不好。
- D 我们已经使用××产品了。

二、客户嫌贵怎么办？

- A 你们产品的价格怎么样？
- B 价格太高了！
- C 我没有那么多钱我负担不起。
- D 你们的产品价格要比××公司的价格高。
- E 真的值这么多钱吗？
- F 再给我优惠点再给我打个折。
- G 能赠送东西吗？
- H 一次性投资太大了！

话术警示第四章 促成交易的最后一步 一、客户犹豫怎么办？

- A 我再考虑考虑！
 - B 我们公司还没有预算。
 - C 我要先跟我太太先生商量一下！
 - D 我想比较一下，说不定有更合适的。
 - E 已经有供应商了。
- 二、完美交易19法 A 哀兵动人成交法 B 主动请求成交法 C 利益汇总成交法 D 条件成交法 E 成本价值计算成交法 F 选择成交法 G “不景气”成交法 H 提问成交法 I 对比成交法

<<客户问不倒>>

J 创造意境成交法 K 提出建议成交法 L 激将成交法 M 3F成交法 N 强化决定成交法 O 划算促成法 P 请教成交法 Q 制造紧迫气氛成交法 R 试用成交法 S 自作主张成交法 三、客户抱怨怎么办？

A 你们产品什么质量啊！

B 说好三天到货，都五天了，还没有送来，怎么回事啊？

C 你们的服务也太差劲了吧！

D 你们的产品有问题，我要退货！

E 我找你们的销售人员××，希望他能把这个事情说清楚！

话术警示附录

<<客户问不倒>>

章节摘录

第一章 如何顺利约见客户 一、客户拒绝怎么办？

A 你有什么事情？

话术须知 1.陈述时间、地点等关键信息时，语速要慢，确保客户能够听清楚，例如话术中的“我们……，将于×月×日星期×在××酒店的国际会议厅……”。

2.邀请客户参加时，避免提出“您有时间过来吗？”

”、“您看您方便过来吗？”

”或者类似的问题。

销售人员可以应用“二择一法”的提问方式，即给对方两个选择，比如：“您是一个人过来还是和副总一起过来呢？”

您看我是为您预留一个还是两个名额呢？”

”这样，无论客户选择哪个答案都是我们销售人员想要的，同时也意味着更容易达到邀约的目的。

3.如果邀约时需要避开谈论产品，销售人员可以采用请教问题的方法向客户提出邀请。

没有人不喜欢被夸赞，客户通常是非常愿意别人请教他的，这也是一种虚荣心的表现，销售人员不妨试试。

例如：“我在××杂志上看到您发表了很多关于时间管理的文章，您写得真是太好了！”

我一直在关注这个领域，现在遇到一些问题，想要向您请教。

” 4.实施电话邀约时，最好遵循这样的顺序：介绍公司和自己姓名，讲明打电话的原因和目的，告诉客户谈论的内容能够带给客户的利益和好处，最后进行面见邀约。

这样的顺序往往具有总结概括的作用，显得条理清晰，让客户听起来更舒服。

自我介绍和公司介绍最好控制在15秒以内，在通话的过程中，要尽量激发起客户的兴趣，让其产生想要继续听下去的冲动。

实战现场 一天，日本推销之神原一平打电话给一位客户，这位客户是一家著名的电器公司总经理。

客户：“××电器公司，您好！”

” 原一平：“您好！”

请接××总经理。

” 客户：“我是××，请问您是哪位？”

” 原一平：“××总经理您好，我是明治保险公司的原一平，今天冒昧地打电话给您，是因为听说您正热心研究遗产税的问题。

刚好，我对遗产税这个问题也很有兴趣，有几个问题想请教您。

” 客户：“不错，我对遗产税的问题很有兴趣，不过我今天没有时间。”

” 原一平：“不知道下个星期您哪一天方便呢，星期五还是星期六？”

我可以去贵公司拜访您。

” 客户：“嗯……下星期五吧！”

”

<<客户问不倒>>

编辑推荐

销售员可以直接套用的便捷模板，好学好记好用，拜访客户的路上就能学会，一句提问，三种应对，确保交易万无一失。

这些话你几乎每天都能听到，你是怎样对应的？

我很忙，没有时间。

你先把资料寄过来，我看一下再说。

现在不需要，需要的时候再联系。

我可以给你半分钟，说说你们的产品吧！

听说你们公司的实力不怎么样啊！

你们的报价也太高了吧！

我得跟他们商量一下再决定。

你再优惠点儿，要不就再多给点儿赠品。

对不起，我们总经理不在。

..... 这些话你几乎每天都能听到，你是怎样应对的？

你的回答也许很精彩，但那是最有利于促成交易的回答吗？

这本书就是要帮你掌握最有利于促成交易的应对技巧。

<<客户问不倒>>

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>