

<<手机应该这样卖>>

图书基本信息

书名：<<手机应该这样卖>>

13位ISBN编号：9787301180723

10位ISBN编号：7301180721

出版时间：2010-12

出版时间：北京大学出版社

作者：刘明杰

页数：183

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>

<<手机应该这样卖>>

前言

我培训学员时，问学员什么是三码机，什么是五码机，他们说不出来；问手机的防盗追踪是怎么实现的，他们也答不上来。

这让我觉得他们的专业知识非常欠缺，更别提营销技巧了。

好的导购也只是对手机功能比较了解并能跟顾客介绍清楚，让销售变成自然销售。

于是，我决定把这些年在手机行业的销售经验写出来，让更多的手机店店员掌握，使得手机销售淡化产品之间的竞争，而重视销售技巧之间的竞争。

有一次我在店面指导销售的时候，亲历过这样一件事。

一位三十多岁的男顾客走到柜台前，导购热情地上前问顾客：“想要一款什么款式的手机？”

顾客说：“随便看看。”

紧接着导购又问：“想要一款什么价位的手机？”

顾客表现得不太耐烦，并用很不友好的语气说：“你到一边凉快去吧。”

事后，我问这名导购：“你和顾客初步沟通时一直是这样开场的吗？”

她说：“是的。”

我又问她：“像今天这样遭到顾客拒绝或者是表现不友好的情况多不多？”

她说：“百分之五十的顾客不愿回答，百分之三十的顾客表现出不耐烦的情绪，只有百分之二十的顾客愿意配合。”

我虽然能预测出她的答案，但仍然问道：“那为什么还要一直这样开场呢？”

你有没有觉得这种开场方式不正确？

她不假思索地回答：“大家都是这样开场的，也没觉得有什么不妥。”

而且，我也不知道还有什么别的开场方式。

面对这样的情景，我彻底无语了。

<<手机应该这样卖>>

内容概要

手机销售人员经常会遇到这样的困惑：顾客在柜台前来来往往，导购讲解得口干舌燥，成交量却很少。

这是因为应对顾客的方式有问题。

本书以销售中的常见问题为线索，透彻分析错误应对的原因，并给出实用有效的“导购策略”和“语言模板”。

每天只需花几分钟，导购就能改变习以为常却导致顾客流失的应对方式，学会正确应对的技巧。

书中的55个销售场景涵盖了手机品牌、功能、质量、价格等方面的典型障碍，收尽手机销售难题。

无论哪个方面的销售瓶颈，翻开本书，都能发现问题的根源并找到破解的高招。

书中还提供了大量手机知识，帮助导购人员迅速扩充专业知识，增强说服力，赢得顾客信任并快速成交。

作者从手机导购干起，直到厂家大区经理，工作经历涵盖手机营销的各个环节，他提供的方法与技巧极具实用性和可操作性，是手机行业终端销售人员必备的实战指南。

<<手机应该这样卖>>

作者简介

刘明杰

大学毕业后从事手机一线销售工作，后担任某手机省代公司的区域经理，工作经历涵盖手机销售的各个环节。

现从事手机营销的研究和培训工作，培训过的店员近万人，服务过的企业包括中国移动、中国联通、迪信通连锁卖场等。

在轻松愉快的培训现场，他为学员量身打造培训课程，并让每一位学员都参与其中的演练，在手机行业树立了知名培训品牌。

<<手机应该这样卖>>

书籍目录

序第一章 顾客接待常见问题破解 销售情景1 导购问顾客想要一款什么样的手机，顾客说随便看看 销售情景2 导购向顾客推荐特价机，顾客转身离开 销售情景3 导购问顾客想要直板的还是翻盖的，顾客说都不要 销售情景4 导购问顾客想要一款什么价位的手机，顾客不愿回答 销售情景5 顾客过来找某位店员，这位店员却离职了 销售情景6 顾客直接过来问有没有某个型号的手机 销售情景7 顾客手机遗失，还想购买同一款，而店内目前没有这款手机 销售情景8 这两款手机我都挺喜欢的，该选哪一款呢第二章 品牌常见问题破解 销售情景9 这个牌子我怎么没有听说过 销售情景10 这个牌子有没有做过电视广告啊 销售情景11 这个牌子的手机质量不太好 销售情景12 国产品牌手机被质疑为山寨机第三章 外观常见问题破解 销售情景13 这款手机的功能不错，但外观不太好看 销售情景14 这款手机的屏幕是不是太小了 销售情景15 这款手机的颜色太鲜艳了，不太符合我的年龄吧 销售情景16 这样一款卡通手机，看起来太幼稚了吧第四章 功能常见问题破解 销售情景17 这款手机的MP3音量怎么这么小啊 销售情景18 这款手机的MP3音质怎么这么差啊 销售情景19 这款手机的铃声怎么这么小啊 销售情景20 这款手机拍出来的照片怎么这么不清晰啊 销售情景21 这款手机的屏幕怎么不太清晰呢 销售情景22 这款手机的播放视频怎么这么不清楚啊 销售情景23 我经常出差，手机总被盗，该选一款什么样的呢 销售情景24 我年纪大了，眼神不太好，看不清楚字体 销售情景25 这款手机的游戏多吗 销售情景26 这款手机可以屏蔽我不想接的电话吗 销售情景27 家长不想给孩子买功能多的手机，怕影响孩子的学习 销售情景28 这款手机能炒股吗 销售情景29 这款手机能上QQ吗 销售情景30 这款手机是不是智能手机 销售情景31 这款手机支持3G吗 销售情景32 这款手机可以导航吗 销售情景33 这款手机能看电视吗第五章 质量常见问题破解 销售情景34 这款手机是不是水货啊 销售情景35 这款手机是不是翻新机 销售情景36 这款手机是不是高仿机啊 销售情景37 这款手机的电池能用几天啊 销售情景38 这款手机抗摔不抗摔 销售情景39 这款手机耐不耐磨 销售情景40 这款手机的信号会不会不好啊 销售情景41 顾客看好了一款翻盖手机，但担心排线容易坏 销售情景42 这款手机的使用寿命是多长时间 销售情景43 这款手机采用的是什么方案，会不会系统不稳定第六章 常见价格异议实战破解 销售情景44 价格比期望的贵了一二百元钱 销售情景45 这款手机在其他卖场比这里卖得便宜 销售情景46 和这个功能一样、外观也相似的手机，其他卖场比这里的便宜 销售情景47 同样的机器，你们比别人卖价低，是不是质量有问题 销售情景48 这款手机价格这么低，是不是滞销机第七章 售后常见问题实战破解 销售情景49 保修期只有一年是不是太短了 销售情景50 一周内，我如果不满意可以退货吗 销售情景51 如果我去外地了，手机坏了怎么办 销售情景52 虽然你们有售后服务，但手机修过以后，是不是容易经常坏 销售情景53 对于没有礼品赠送的手机，顾客索要礼品 销售情景54 手机预存话费怎么莫名其妙地减少了 销售情景55 刚买没几天的手机，电池怎么这么不耐用第八章 促成交易的六大关键 第一大关键 别让自己输在起跑线上 第二大关键 巧妙利用促销政策促成交易 第三大关键 别让价格成为绊脚石 第四大关键 销售不是一个人的独角戏 第五大关键 销售是一场持久战 第六大关键 满意留给顾客，机会留给自己后记

<<手机应该这样卖>>

章节摘录

导购：先生，您直接过来找我们的同事小张，肯定是她的服务让您非常认可。

小张在工作中认真负责的工作态度也是我们学习的榜样，她因为个人原因离开了我们的团队，是我们的一种遗憾。

不过，我们每一位导购，都会像小张那样为您提供周到完善的服务。

导购：先生，看来您非常信任我们的同事小张才会直接过来找她购机，很遗憾的是她因为个人原因离开了我们的团队。

不过，我们卖场的每一个员工都以“让顾客达到百分百满意”作为我们的服务目标，能给您这种忠诚度高的顾客服务也是我的荣幸。

瞄.导购：先生，我为我们的同事中有这样优秀的人才感到非常骄傲。

认真负责的工作精神与工作态度，也是我们店铺对每一个员工最基本的要求。

我们打造的是一个团队，每个成员就是一滴水，汇聚在一起就是一片海洋。

遗憾的是小张离开了我们的团队，不过我们的每一位成员都会努力像小张那样优秀的。

“有啊，你现在要不要”，意思是只有顾客确定要了才拿出手机让顾客看。

顾客虽然对手机的功能外观都有所了解，但在顾客不知道价格的情况下这样反问顾客，会让顾客反感。

“没有，卖完了”，这样的回答往往会错过转推其他手机的机会。

“没有，那一款手机很多顾客反映不太好。

”顾客会认为，你这里没有的手机，你就来贬低中伤，顾客会因此对你失去信任，从而错失销售其他手机的机会。

一般顾客过来直接问某一款手机时，有很大的可能是在其他卖场看中了这一款手机，或是因为价格不合适没有成交，或是因为想来这里对比一下价格，然后哪里便宜哪里买。

如果本店没有这款手机，可以转推本店的另一款手机，当然这种推荐不是盲目的推荐。

一般顾客选中一款手机，或者是因为喜欢这款手机的外观和功能，或者是因为信任某个手机品牌而选择这一款手机。

现在不同品牌之间，功能相同、外观相似的机型有很多，甚至同一个品牌也会推出姊妹机。

所谓姊妹机就是同一个品牌的两款产品，功能完全一样，外观略有差异，或者是功能略有不同，外观也有些许差异。

此时促销应该通过跟顾客交流，分析出他是因为哪方面的原因而选择这款手机。

如果有姊妹机，首先将这款手机的姊妹机推荐给他；如果没有姊妹机，则要推荐一款功能相同的或者外观相似的手机给他。

<<手机应该这样卖>>

后记

本书的有些手机专业知识，来源于网络，因找不到原出处及作者无法一一标明，希望原作者看到本书后，能与我联系。

这本书能够顺利得以完成，首先要感谢我的父母。

我忙碌在销售队伍中的这几年，对父母的关心不够，今天我想对父母说一声：“爸、妈，你们辛苦了。”

其次要感谢我的爱人。

在本书的创作过程中，一场大病险些夺去我的生命，当时还是我女朋友的她，一直陪在我身边，不离不弃。

从那时起，我就在心里默默做出了这样的决定：今生能和我走完后半生的，就只有她了。

幸运的是，在我康复后，我们如期共同走上了红地毯。

此外，我要感谢我的姐姐和姐夫，以及还不会喊舅舅的外甥女。

他们不断的关怀和鼓励，促使本书尽早地呈现在大家面前。

我还要感谢我即将出生的孩子。

估计本书出版发行的时候，他也即将出生。

如果说本书是我事业上的亮点，他则是我生命中的亮点。

特别要感谢我的策划编辑朱笛和责任编辑杨燕群，她们严谨的工作态度和敬业精神，使得本书在内容和品质上，值得您去购买。

最后，感谢所有认识我、关心过我的人，还有可爱的学员们，你们的存在使我的人生过得更有意义。

<<手机应该这样卖>>

编辑推荐

《手机应该这样卖》：手机销售第一书！

55个导购技巧，上午学下午用国内第一本为手机销售人员量身打造的话术书手机店店长和经销商必看的实战秘籍手机行业终端导购员的培训宝典如果你热情洋溢的接待经常被顾客冷漠拒绝，请从第一章读起，你会让顾客在你柜台前停下并对你的产品产生浓厚兴趣。

如果你销售的手机不是大品牌而令你信心不足，请从第二章读起，你会让顾客消除对小品牌的疑虑并发现它的优点。

如果顾客对手机的外观很挑剔，你不知如何睿智应对，请从第三章读起，每款手机的外观都有欣赏它的人，你的义务是为它找到知音。

如果你不知道如何有效介绍让人眼花缭乱的手机功能，请从第四章读起，每个功能都不是摆设，而是吸引顾客的亮点，如果善于利用，你将获得制胜的法宝。

如果你能够每天花几分钟来阅读《手机应该这样卖》，并把它提供的策略应用到销售中，你将成为金牌手机导购员。

<<手机应该这样卖>>

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>