

<<家居建材热销有绝招>>

图书基本信息

书名：<<家居建材热销有绝招>>

13位ISBN编号：9787501791002

10位ISBN编号：7501791007

出版时间：2009-8

出版时间：中国经济出版社

作者：林琪添，陈玉华 著

页数：268

字数：230000

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>

<<家居建材热销有绝招>>

前言

“终端为王”、“得终端者得天下”的理念被越来越多的家居建材企业认同，为了抢占“好位置”，为了“拼面积、拼装修”，家居建材企业对终端的投入越来越大，负担也越来越重。

但高投入未必带来高回报，很多终端一个月下来往往是给商铺业主白白打工，甚至还要倒贴。

为什么有了好产品、有了好位置、有了好装修，销售业绩却不尽如人意呢？

因为企业的制造技术、产品设计、店面形象、装修陈列等都很容易被竞争对手模仿，销售服务是产生差异的主要手段，而销售策略与形式也很容易被模仿，只有销售服务中人的因素——代表公司形象和服务意识的销售人员所表现出来的思想、行动和意识才是不可模仿的！

因此，销售人员才是提升终端卖场业绩最重要的因素，他们是为家居建材企业实现“从商品到货币最惊险的一跳”的一线战士，是真正接触市场终端脉搏的、每天接触顾客的人，他们的态度与能力直接决定着企业的销售成败。

但数量庞大的销售人员一般受教育程度较低，综合素质相对较差，他们工作的重要性与自身技能水平较低成为一对矛盾体。

<<家居建材热销有绝招>>

内容概要

本书作为家居建材企业内训与经销商大会王牌课程“家居建材销售实战情景训练”的完整教材，是家居建材销售中每天都会遇到，却又难以应对的问题系统解决方案，完全量身定做，极具操作性，是家居建材导购、店长及销售主管、经理、加盟商必备的实战宝典，更是馈赠员工和经销商的最佳礼物。

全书每节分为六大部分，其中“销售情景”让人明白是什么；“常见应对”诊断分析为什么；“引导策略”教人应该怎么办；“话术范例”授人以鱼；“方法技巧”授人以渔；“举一反三”教人在不同的情况下如何灵活运用。

读者每天只需花上几分钟，学会三五句销售妙语，每天多卖三五件家居建材，3天内成为销售高手，妙语连珠、业绩飙升！

<<家居建材热销有绝招>>

作者简介

华夏鸿图企业管理有限公司总裁，睿众（中国）管理咨询机构首席顾问，连锁标准化先行者，终端业绩引爆模式开创者，精细化店务管理实践者，中国连锁终端培训领军人物，中国经济标杆培训丛书主编，多个行业协会专家顾问，著名连锁&营销双栖专家。

肖老师历任多家名牌企

<<家居建材热销有绝招>>

书籍目录

序：家居建材销售业绩提升之道1 卖场迎宾寻机实战情景训练 情景1：顾客独自进入卖场的专业样板间 情景2：顾客一家人来逛家居建材商场 情景3：顾客带装修设计师一起来选购产品 情景4：顾客拿着宣传单进店，指名要看特价产品 情景5：顾客见到产品就随口问“这件多少钱” 情景6：顾客进店后直接问“你们店有没有××” 情景7：顾客只看产品不说话，对导购爱理不理 情景8：顾客说“你别跟着我，我自己会看” 情景9：顾客进店转了一圈就要离开 2 探测顾客需求实战情景训练 情景10：顾客以前听说过我们的品牌吗 情景11：顾客想买什么类型的产品 情景12：了解顾客的基本情况 情景13：顾客是为自家购买还是单位采购或送人 情景14：顾客是否是购买的决策人 情景15：顾客选择产品最注重品牌、质量、价位还是其他 情景16：顾客是首次装修还是二次装修 情景17：顾客是购买单件产品还是整间房装修 情景18：顾客的购买预算大概多少 情景19：顾客是近期购买，还是看中就立即购买 情景20：顾客看了很多款产品都不满意 情景21：顾客没购买，请其留下联系方式3 产品展示解说实战情景训练 情景22：简单介绍产品的品牌、材质、产地等基本情况 情景23：展示产品的资质证明 情景24：专业介绍产品的工艺、品质 情景25：借助专业道具展示产品 情景26：从不同角度现场展示产品 情景27：请顾客触摸、使用、体验产品 情景28：请顾客通过敲击听声音来判断材质 情景29：采取FAB法讲述产品的特点、优点与利益 情景30：引导顾客辨别产品质量的好坏 情景31：引导顾客对比其他商品比较感受 情景32：运用顾客见证展示用户对产品的评价 情景33：详细介绍产品的使用说明和建议4 应对顾客拒绝实战情景训练 情景34：我没听说过这个牌子 情景35：你们这款产品味道重，不环保 情景36：这款产品是个花架子，不实用 情景37：这款产品不错，但感觉不够结实 情景38：这款产品坐上去挺硬的，不舒服 情景39：这种材料是不错，但打理起来太费劲 情景40：这种沙发不经用，两三年就得换，太不划算了 情景41：这款产品颜色太艳丽，与我家的装修风格不协调 情景42：你们的产品太普通，比不上A品牌的 情景43：这款产品太笨重了，搬动起来很不方便 情景44：我看到网上评价你们的产品质量不好 情景45：我听小区的邻居说你们的售后服务不好 情景46：现在春夏季节雨水多，不适合装修，过些时候再说吧 情景47：这种风格已经过时了，现在都没人用了5 处理价格异议实战情景训练 情景48：这样的单价太贵了，还可以便宜多少 情景49：同样的产品，B品牌比你们便宜多了，而且还有赠品送 情景50：我上次来看还打折呢，怎么现在反而贵了啊 情景51：这又不是实木的，怎么还这么贵啊 情景52：整体定做太贵了，能不能再便宜一点 情景53：你们的产品打这么低的折扣，是不是质量有问题 情景54：我要是多找几个人团购，还能便宜多少 情景55：我看广告说你们全场打8折，原来是骗人的 情景56：别送什么赠品了，直接给我打折就成了 情景57：您申请一下看能不能打7.5折，否则我去别家买啦 情景58：进口跟国产的价格相差这么多，质量上有什么区别 情景59：我今天带的钱不够，改天再来吧6 交易促成实战情景训练 情景60：你们的售后服务怎么样 情景61：人家买建材送免费安装服务，你们怎么不送呢 情景62：如果家里装修结束剩下了没有动用的装修材料，可以原价退还吗 情景63：人家买地板、橱柜、壁柜都赠送配件，你们能送吗 情景64：我自己决定不了，得回家再商量商量 情景65：我还想再去其他店看看，再比较比较 情景66：怎么有些款式没有实样呢？ 情景67：我是挺喜欢这种设计，但这款产品太大，我们家没这么大地方 情景68：顾客购买的产品超过了预算，如何说服顾客埋单 情景69：在顾客购买后进行关联销售 情景70：请求老客户推荐新客户7 送货安装服务实战情景训练 情景71：你们如何保证安装的质量 情景72：送货安装人员上门服务规范 情景73：如果安装不当，造成的损失如何处理 情景74：安装前我需要做哪些准备工作 情景75：我订的货晚了1周还没送到，把订金退还给我吧 情景76：你们的人员在搬运时把送来的货磕坏了 情景77：你们送来的货跟我选定的样板不同，材料明显粗糙 情景78：你们的工人不专业，我要求更换更专业的人员 情景79：安装后我如何进行验收？ 有哪些验收的标准 情景80：安装完毕验收合格后的保修期是多久？ 如果出现质量问题怎么办8 处理顾客诉怨实战情景训练 情景81：你们送来的产品表面有色差，我要退货 情景82：你们的产品质量太差了，才用了两周就出现裂痕 情景83：你们的售后服务电话我连续打了3个小时才打通，你们是怎么搞的 情景84：你们派来装修的是什么人啊，刚走几天水管就漏了

<<家居建材热销有绝招>>

情景85：非产品质量原因顾客坚决要求退货
我电话 情景87：你们的维修收费太不合理了
你们后记

情景86：你们的客服态度太差，没帮我解决问题还挂
情景88：如果一周之内还解决不了，我就去消协投诉

<<家居建材热销有绝招>>

章节摘录

而且相比一般用于制作沙发框架的胶合板，我们使用的这种××框架绝对更结实、更耐用，使用10年以上都绝对没问题。

”（用正面、直接的方法提供证据，回答顾客关于框架不结实、不耐用的疑问） 话术范例二 导购：“先生，我不太明白您的意思，能请教一下您吗？”

您觉得这款沙发哪里有问题呢？”

” 顾客：“你们的沙发坐垫太软了。

用久了会塌的。

” 导购：“哦，原来您是担心这个，这都怪我没跟您解释清楚。

其实沙发坐垫用的海绵分为高泡、中泡、低泡三种，一般来说高泡的海绵比较好，柔软有弹性，回弹还快。

我们这款沙发采用的就是这种高泡海绵，而且为了保持沙发的长久使用，还添加了羽绒成分，能保持坐垫长久的弹性，至少能用5年。

如果您保养得当，用个十年八年也不成问题。

”（强调我们使用的是耐用性更好的高泡海绵） 话术范例三 导购：“先生，我不太明白您的意思，您能说得再具体点吗？”

您的意思是我们这款沙发有什么问题吗？”

” 顾客：“我觉得这种布艺沙发不经用，时间久了，布会磨坏的。

” 导购：“哦，原来您担心的是这个问题。

其实您大可不必担心这点，布艺沙发比起真皮沙发其实更经用，相比起来，真皮沙发容易受到气候的影响，而布艺沙发完全不用担忧环境气候，它的适应性更好。

而且我们这款沙发采用的是较厚的绒质面料，不易起球，我们在布套里还垫有一层棉布内衬，就是为了保持沙发套的经久耐用。

另外，这种沙发套是可拆换的，如果脏了或是坏了，或者您不喜欢了，只要更换一个沙发套就跟全新的一样了。

您觉得呢？”

”（强调布艺沙发面料易洗、易更换）

<<家居建材热销有绝招>>

编辑推荐

销售实战情景训练3天成长为家居建材销售高手。

<<家居建材热销有绝招>>

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>