

<<业绩倍增>>

图书基本信息

书名：<<业绩倍增>>

13位ISBN编号：9787506025386

10位ISBN编号：7506025388

出版时间：2006-6

出版时间：东方出版

作者：李石华

页数：231

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>

<<业绩倍增>>

内容概要

团购是一个重要的市场。

2005年2月16日《中国质量报》报道，据不完全统计，仅礼品团购2004年销售额已达1000—1500亿元。

尽管一些人意识到了团购利润的诱人之处，并为之付出了努力，但是，许多销售人员的团购销售业绩却出奇惨淡。

原因在于销售人员不了解团购销售的特点，没有掌握团购销售的技巧，所以，花费了大量的时间和精力，却徒劳无功。

其实，做团购销售并非高不可攀，关键在于你是否掌握了团购销售技巧。

本书详细地介绍了团购的特点和销售人员在做团购生意时必须注意的事项和所适用的技巧，掌握这些技巧，可以使你在团购销售中事半功倍。

本书所列举的屡战屡胜的销售策略、方法与核心技能，是你拿来就用的销售武器，可帮助你创造销售奇迹。

<<业绩倍增>>

作者简介

李石华，一位从实践中走出来的成功学专家，具有丰富的企业实务经验。他平生信奉的格言是“博学之，审问之，慎思之，明辨之，笃行之”，多年来致力于中国古典哲学与西方企业文化研究，力图从中找到一条架构精华的桥梁，曾策划出版过《经营论语》、《管理论语》、《领导论语》

<<业绩倍增>>

书籍目录

第一章 认识团购客户 第一节 什么是团购客户 第二节 团购客户的特征 第三节 团购客户对企业的意义 第四节 团购业务的基本步骤 第五节 团购业务的几大注意 第二章 选米下炊：开拓团购客户 第一节 收集团购客户的详细资料 第二节 寻找新团购客户的途径 第三节 新团购客户的开发技巧 第四节 对团购客户进行需求调研 第五节 对团购客户进行资格审查 第六节 划分客户等级，建立客户档案 第三章 不打无准备之仗：分析目标团购客户 第一节 团购客户的采购目的 第二节 团购客户采购流程 第三节 团购销售方法 第四节 团购客户购买需求 第五节 市场采购模式 第六节 团购客户购买心理 第七节 团购客户的购买行为 第四章 把握最佳时机：成功接近团购客户 第一节 接近团购客户的途径 第七节 接近团购客户的方法 第八节 约见潜在团购客户 第九节 拜访团购客户的“SWIH”技巧 第十节 要建立良好的第一印象 第五章 打动客户的销售陈述：现场触摸团购客户 第一节 如何做好销售陈述 第二节 开场时的利益陈述很重要 第三节 产品说明 第四节 产品展示 第五节 怎样吸引团购客户的注意力 第六节 不同团购客户类型及应对方法 第七节 听的技巧 第八节 洽谈技巧 第九节 拒绝的技巧 第十节 沉着应对意外 第六章 客户公关：自如驾驭复杂多变的谈判过程 第一节 谈判的目的 第二节 做好谈判前的准备 第三节 如何进行谈判 第四节 化解冲突与矛盾 第五节 谈判各个阶段的注意事项 第六节 谈判中易犯的错误 第七章 敏感问题：价格谈判 第一节 报价也要讲究技巧 第八章 撞线时刻：处理好客户异议 第九章 留住客户的心，做永久的生意后记

<<业绩倍增>>

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>