

<<超级销售技巧>>

图书基本信息

书名：<<超级销售技巧>>

13位ISBN编号：9787506464901

10位ISBN编号：750646490X

出版时间：2010-7

出版时间：中国纺织出版社

作者：吴建华

页数：229

字数：159000

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>

<<超级销售技巧>>

前言

销售是一个比较辛苦的职业，但也是一个体现自身价值、发掘更多发展机会、自由施展才能、锻炼自我的神圣职业。

选择了销售就是选择了成功，许多销售员就是在这条道路上走向了成功。

销售这一行业的门槛很低，可是销售的市场必须遵守优胜劣汰的规律，一个销售员要想在激烈的市场竞争中站稳脚跟，在商业的浪潮中独占鳌头，就要掌握所有的市场规律与生存法则，让自己在商业竞争的洗礼中逐渐成长、壮大。

也许你是一个初涉职场的销售新人，那么在你第一次面对客户的刁难或是拒绝时，是否有过放弃的念头，从此对销售行业灰心丧气、失去信心？

<<超级销售技巧>>

内容概要

福特集团首位全球营销总监诺瓦尔·霍金斯曾说过：“销售是一份仅次于总统的伟大职业！”的确，无论是在哪个行业，销售都是非常重要的职位。

没有销售，企业就无法生存。

要想做好销售，销售员除了自身要有较强的能力和素质外，还要学会一些销售技巧。

《超级销售技巧:提高业绩的实战方法》针对销售过程中的每个细节，为销售员提供了许多有效的方法和宝贵的建议，对销售员业绩的提升会有很大帮助。

<<超级销售技巧>>

作者简介

吴建华，参赢家居品牌渠道顾问公司首席终端管理顾问，中国家居经销商培训大会和招商会指定讲师，中国家居行业实战派营销管理专家，中国名家具展专家论坛主讲嘉宾，中国国际门展专家论坛主讲嘉宾。

吴先生通过与国内外知名品牌管理咨询机构多年的合作与交流，以及10年家

<<超级销售技巧>>

书籍目录

第一章 寻找客户——选对池塘钓大鱼 销售过程就像拍照 准客户的三个条件 寻找潜在客户的九种方法 对客户进行评估 确定客户的身份 让客户替你说好话 转换思考问题的角度 大方地面对客户的拒绝

第二章 接近客户——揭开客户神秘的面纱 做一个受客户欢迎的销售员 亲和力和信任感缺一不可 接近客户的十大注意事项 客户容易接受的五种开场白 根据不同客户收集不同信息 对待客户的心态要好 学会与客户聊天 客户的兴趣就是你的兴趣 别因为对方的反应而息得患失 提一提你们共同认识的“第三者”

第三章 介绍产品——最好的销售武器 不懂产品你还能和客户谈什么 学会撰写产品介绍 巧手演示胜过千言万语 对客户可能产生异议的部分提前准备 用产品的附加值吸引客户 不要对客户作出无法兑现的承诺 用好“销售技巧”而非“歪曲事实” 客户不一定选择最好的产品 邀请客户参与 站在客户的立场

第四章 说服客户——说服一定有方法 要给客户满足感 巧妙获得客户的承诺 可以不勤于拜访，但要“盯紧”客户 采取双方都舒服的说话方式 富有成效的销售陈述 与其说服客户不如让客户产生共鸣 通过提问让对方进行思考 就算遭到拒绝，也要让客户记你一辈子

第五章 讨价还价——卖得多更要卖得高 报价方式有技巧 应对客户“嫌贵”的几种说辞 等时机成熟再报价 找出价格谈不妥的原因 如何打破价格谈判的僵局 找一个好帮手帮你谈价格 不断累积销售筹码 绝对不能“杀熟” 以退为进的谈价法

第六章 快乐成交——与客户展开全脑博弈 了解影响客户成交的因素 成交与不成交只差毫厘 双赢是成交的基础 面对竞争对手速度要快、效率要高 克服销售结束前的心理障碍 用数字、案例、对比来说话 请求客户帮助以完成交易 别在最后一刻失去客户

第七章 做好服务——用服务增加产品价值 服务时要注意礼仪 理解并倾听客户的抱怨 千万不要批评或埋怨客户 有了投诉就要正确对待 与客户保持持久良好的关系 控制住你的情绪 在服务中挖掘客户新的需求

第八章 一线万金——电话沟通同样重要 打电话也要注意礼节 通过电波与客户套近乎 如何通过“秘书关” 准确判断客户的性格 接听客户电话的注意事项 参考文献

章节摘录

第一章 寻找客户——选对池塘钓大鱼 准客户的三个条件 1.什么样的客户才是准客户
(1) 有购买意向 只有当客户具有购买意向，对产品有需求时，他才有可能成为你的户。
如果客户没有购买意向，就算销售者费尽心机，也不可能达到让其购买的目的。
而对一些现在没有，但将来可能有产品需求的客户，销售员就应该采取各种方式，比如劝说或者使用广告等方法，使其变成潜在客户。

客户的购买意向与销售员的表现有着很大的关系，有些客户的购买意向甚至只是转瞬间便产生的。
此外，销售员要善于观察及时发现客户的购买信号，适

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>