第一图书网, tushu007.com

<<开发客户的N个细节>>

图书基本信息

书名：<<开发客户的N个细节>>

13位ISBN编号：9787506481748

10位ISBN编号：750648174X

出版时间：2012-4

出版时间：中国纺织出版社

作者：唐运富

页数：256

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

前言

销售行业是世界上最具挑战性的行业之一，同时也是回报最丰厚的行业之一。
这一行业曾经造就了许多富翁。
但真正的销售，不纯粹是为了卖出产品而销售，而是为了创造客户、开发客户。
客户是销售人员所有利润的直接来源，对客户的开发和服务贯穿在销售的全过程中，没有客户的销售员是无法生存下去的。
开发客户、服务客户、留住客户、让老客户带来更多的客户，是一个完美的良性循环，也是销售员最想看到的结果，但如何才能做到这一点呢。
　销售的最高境界是与客户建立起真诚的友谊，打造“终身客户”。
销售人员在同客户打交道时，如何在感情上与客户建立起如朋友般的友好关系，而在实际工作中又依然能够根据自己的职责、特长、能力来接近客户、找准客户需求、化解客户异议、促成交易，并将客户当成一辈子的好朋友来服务，从而成为客户眼中的“红人”，形成名利双收的多赢局面。
　对于销售人员来说，人脉就是钱脉。
销售就是一个不断创建人脉网的过程，只有大量地结识人，销售人员才可能获得更多成功的机会。
本书以市场调查为开发客户的前提，介绍了开发客户常用的渠道。
书中运用典型的事例和通俗的语言，向读者详细介绍如何拓展自己的人脉网，广交朋友，做好、做深每位客户，扩大自己的个人影响，建立良好的个人口碑，让客户免费帮你销售等一系列的技巧和方法，帮助读者在销售工作中更好地与人交往，做好销售。
　本书中没有枯燥、深奥的理论，主要以一些成功人士的经验为框架，以他们的亲身经历和故事为主要内容，书中既有“世界上最伟大的推销员”乔·吉拉德、日本“销售之神”原一平、“东方销售女神”柴田和子、“世界上最伟大的销售大师”汤姆·霍普金斯等大师们的经验和经历，也有普通人成功销售的故事。
他们在从事推销中所具备的心态、修养、品质、习惯、方法、技巧等给广大的销售员提供了很好的参考范本，为广大销售员提升个人的修养和素质，改进销售的习惯和方法，提供了极为宝贵的指导和帮助，从而迅速提升推销能力和业绩，更好地完善和成就自我。
　将这本书献给那些正在奋斗中的人们，它既能给刚入行的销售员雪中送炭，也能为已取得成功的销售员锦上添花，能真正伴随他们的成长。
字里行间叙述的虽是诸多经验与技巧，流淌的却是殷殷期待，盼望着这些浅显的字句能够带去希望的火种，点燃生命之焰。
　一句良言可使人终身受益，一本好书可改变人的命运。
衷心地希望有志于销售事业，正从事销售事业的朋友能够从本书中得到一些启发和帮助。
　编著者　2012年1月

<<开发客户的N个细节>>

内容概要

成功销售的能力，直接关系到你的客户质量。
因此，销售最关键的一步就是能否找到需要你产品或服务的人。
然而，并不是每个销售员都能准确找到需要自己产品和服务的人。

《开发客户的N个细节》以开发人脉资源为前提，介绍了开发客户的N个细节，包括收集客户信息、接近客户、促销、广告、公关、沟通和运用智慧等方面。
全书通俗易懂，并配有实战案例。
我们相信，实用才能适用，适用才有实效。

作者简介

唐运富，现就职于世界500强知名企业，任资深销售经理，美国百万圆桌MDRT俱乐部标准会员，企业精英俱乐部白金奖会员，为专业销售人士培训达100多场！

书籍目录

第1章　开发潜在的人脉资源
　为何很多销售员不知道生意就在身边？
为何有些销售员不知道生意就在老客户那里？
为何很多销售员找不到客户的聚集地？
为何很多销售员不知道客户就在于多要求一句话？
如何学会利用高科技来开发自己的客户资源？
如何利用资源整合来开发客户？
以下细节将逐一为你解答！

　处处留心皆生意
　不怕拒绝，勇敢出击
第一印象，30秒内完全记住
　获得陌生人的好感有妙法
　着装其实很重要
　熟人介绍：扩展你的人脉链条
　参与社团：走出自我封闭的小圈子
　利用网络：廉价的人脉通道
　参加培训：志同道合的平台
　参加行业展览会
　利用好公司资源
　用微笑和诚意化解危机
　与他人共享人脉资源
　积累人脉就是积累财富
第2章 卓有成效的“营销圣训”
　成功销售的能力，直接关系到你的客户质量。
因此，销售最关键的一步就是要准确找到需要你产品或服务的人。
以下数条“营销圣训”是进行成功销售和开发客户细节中的细节，实践证明它们是行之有效的。

　尽可能多地打电话
　电话接近客户的技巧
　小礼物大收益
　介绍产品要专业
　做足拜访前的准备工作
　记住客户的名字
　每个人都是客户
　不要忽略身边的生意
　人性化的销售
　别忽略身边的朋友
　客户的资料必须整理得井井有条
　拜访前的三项准备
　不要急于求成
第3章 信息，让客户浮出水面
　俗话说得好，卖什么就吆喝什么，也就是说一个行业的人员，首先你要具备一定的基础知识，包括行业的状况、本行业区域市场的情况以及市场容量，经销商、分销商、零售商与消费者等各个环节对本行业的影响和需求，不掌握这些基础情况则无疑是无的放矢！

注重市场调查
细分目标市场、寻找空白
如何开发潜在客户
获取潜在客户的几种渠道
利用潜在客户的人际关系拿订单
建构一份潜在客户名单
熟悉客户的资料
了解客户的购买心理
挖掘客户的潜在需求
做好实地调查
为产品准确“占位”
第4章 接近，打破客户的心理防线
常言道：第一印象很重要。
在开发客户的过程中也一样，销售人员为了完成一次有戏的客户开发，为了邀请客户参加产品推荐会，为了能够签订合同，不仅要善于从各种渠道发掘有价值的客户名录，还应该懂得接近客户的技巧。

如何使用接近语言
结交陌生客户
接近客户的几种有效途径
约见客户的方法
闲聊拉近距离
利用请教法接近客户
随便拜访
做一个受欢迎的销售员
让客户向你微笑
赢得客户的好感
恰当地运用肢体语言
会见关键人士的技巧
第5章 促销，开发客户的“倚天剑”
促销是营销组合的四大要素之一，是企业营销策略的重要组成部分，也是企业参与竞争、贯彻各项战略意图的利器之一。
企业需要促销，重视促销，促销是企业开发客户的“倚天剑”。

靠信誉叩开客户的“心门”
多品牌促销
利用节日促销
抓住重大事件巧行销
货卖一张皮
以免费试用打开销路
积点优待强势促销
文化促销别具一格
巧用人情促销
第6章 广告，激活客户市场的驱动
兵法云“兵马未动，粮草先行”，运用在竞争激烈的商战中，就是“产品未动，广告先行”，广告是企业宣传和开发客户的重要手段，它对于驱动市场有立竿见影的效果。

正确使用广告
小广告，大形象
巧用名人效应
公开演示是活广告
“ 0 ”在销售中的妙用
借花献佛
打破常规，意味深长
张扬人性，抢占市场
以“ 揭己之短 ”赢得客户
别出心裁，客源不断
引发怀旧激发共鸣
第7章 公关，客户开发中的催化剂
公关能使商品由“ 养在深闺人未识 ”变成“ 天下谁人不识君 ”。
公共关系以塑造良好的形象为工作目标，以获得经济效益为根本，帮助企业在市场竞争中树立新形象。
它以“ 内求团结，外求发展 ”的艺术，在企业的经营管理活动中起到了很好的催化剂作用，促进了企业的生存和壮大。

利用庆典制造新闻
以开放参观赢得客户
收集信息把握顾客的脉搏
巧借赞助赢美名
巧办儿童公益活动
巧借爱心打开销路
港湾花园促销秘诀
攻心为上别出心裁
如何建立人脉网
创意公关收益佳
第8章 沟通，和客户搭起信任之桥
人的性格千差万别，与不同的人接触需要不同的方法！
如何快速建立起信任关系？
如何迅速建立亲和关系？
如何说话让对方喜欢？
如何掌控情绪让对方无洞可钻？
如何从战略、策略上让对方把你高看，希望同你合作。

与各种类型的人进行有效沟通的技巧
耐心才是最重要的
不要左右你的客户
交流要简短
用声音征服客户
谈话时应避免干扰
勇于表达自己的想法与决定
寻找最合适的时间
遵守适宜的礼仪
适时承认自己的过失
做个周到的主人

询问对方的意见
不要仓促地做决定
说“不”的技巧
与初次见面的人如何寒暄
谈话时以客户为中心
营造轻松的谈话氛围
切入主题要得当
以专业知识取得客户的信任
引导客户提出问题
提一些有建设性的方案
学会说善意的语言
每天交4个朋友
做情绪的主人
引导对方多说话
记录与客户的交流信息
第9章 智慧，开发客户的“脑白金”
开发客户不能蛮干，双腿固然能换回订单，但领悟客户的意图似乎更重要，优秀的销售人员，不光应有一个不知疲倦的身体，更要拥有一个充满智慧的大脑。
开发客户是需要运用智商的，善于思考的大脑是获取成功的发动机。

用脑胜过用腿
增长营销智慧
令人叹服的营销智慧
干得聪明——而不是智慧
入乡问俗开拓市场
识在人前走在人前
依靠信息找机会
滞销变畅销
诚信引来“远钱”
吃小亏占大便宜
让客户自己定价
不厌其小薄利多销
负荆请罪客似云来
抛“砖”引“玉”
销售失败的10大原因

<<开发客户的N个细节>>

章节摘录

版权页：我的客户在哪里？
客户应该怎么找？
为什么我总觉得客户已经开发殆尽了？
这是令许多销售员都倍感困惑的问题。
其实答案就在身边，你身边的每一个人都是你的潜在客户，只要用心，处处都能挖掘出客户。
素有日本“推销之神”美称的原一平告诉我们：“作为推销员，客户要我们自己去开发，而找到自己的客户则是搞好开发的第一步。
只要稍微留心，客户便无处不在。
”他一生中都在孜孜不倦地用心寻找着客户，在任何时间、任何地点，他都能从身边发现客户。
有一年夏天，公司组织员工外出旅游。
在熊谷车站上车时，原一平的旁边坐着一位约三十四五岁的女士，带着两个小孩，大一点的好像六岁，年龄小的大概三岁的光景，看样子这位女士是一位家庭主妇，于是他便萌生了向她推销保险的念头。
在列车临时停站之际，原一平买了一份小礼物送给他们，并同这位女士闲谈了起来，一直谈到小孩的学费。
“您先生一定很爱你，他在哪里发财？
”“是的，他很优秀，每天都有应酬，因为他在H公司是一个部门的负责人，那是一个很重要的部门，所以没时间陪我们。
”“这次旅行准备到哪里游玩？
”“我计划在轻井车站住一宿，第二天坐快车去草津。
”“轻井是避暑胜地，又逢盛夏，来这里的人很多，你们预订房间了吗？
”听原一平这么一提醒，她有些紧张：“没有。
如果找不到住的地方那可就麻烦了。
”“我们这次旅游的目的地就是轻井，我也许能够帮助您。
”她听后非常高兴，并愉快地接受了原一平的建议。
随后，原一平把名片递给了她，到轻井后，原一平通过朋友为他们找到了一家宾馆。

编辑推荐

《开发客户的N个细节》由中国纺织出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

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