

<<销售>>

图书基本信息

书名：<<销售>>

13位ISBN编号：9787515802787

10位ISBN编号：7515802782

出版时间：2012-8

出版时间：中华工商联合出版社

作者：荆涛

页数：161

字数：110000

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：设计对了就成交》马上就要跟大家见面了，我感到非常欣慰。

我是地地道道的销售员出身，刚刚入行时，连底薪都没有，经过数年努力，总算做出了一点成绩。多年的销售生涯中，我经历了不少挫折，也收获了不少经验，在销售心态、技巧等方面都有一些自己的看法，一直都非常希望有机会跟广大同行们分享一下。

对于销售，我始终认为，一切技巧、系统，都是可以复制的，也就是说，销售过程是可以设计的，只要按照正确的方法去设计、操作和完善，每个销售员都可以取得业绩上的突破，就像书名说的一样：设计好了就成交！

全书分为三大篇，第一篇讲销售心态与销售信念，教销售人员如何摆正心态、端正信念；第二篇讲销售技术，从销售准备、说话技巧到成交方略，内容非常全面；第三篇讲效率提升，从如何实现“转介绍”说到如何策划成功的会议营销，分析得十分详细。

从前读《庄子》，我对一则寓言印象非常深刻，说是有个叫朱评漫的人，为了学到一门绝学，拜了一个叫支离益的人为师，三年的时间里，散尽千金家财，掌握了“屠龙术”的精髓。

之后，朱评漫回到家乡，在父老乡亲面前得意地演示屠龙术，何时按住龙的头、何时斩断龙的尾，他形容得绘声绘色，表演时的动作也称得上优美。

然而，在围观的众人中，一位老伯突然问他：“你的技艺学得真不错，不过，你到哪儿去找龙呢？”

朱评漫瞬间愣住了，是啊！

世上并无龙，学了屠龙术有何用处呢？

之所以提到这则寓言，是因为我想说明一点——我绝不会写一本传授“屠龙术”的理论书，令读者读的时候点头称是，可到了销售实践中，就是派不上用场。

本书中，无论分析还是案例，我都本着实用的原则，完全是站在实战、全局的高度上，手把手地传授自己的经验。

为了切实说明问题，我还在书中“贡献”出了自己的许多真实经历，希望能对读者有所帮助。

我相信，如果你是认真地看待这项工作、从事这个行业，书中的知识一定会帮助你突破自身局限，塑造出积极的心态，锻炼出纯熟的技巧，最终实现销售业绩的质的提升。

荆涛2012年8月

<<销售>>

内容概要

誉满全球的销售大师博恩·崔西说过：“在关键领域，能力的细微差别会产生截然不同的后果……你的销售技能只要提高一点点，就能促使业绩大大提高。”本书分三大篇章讲述了销售心态、销售技巧以及效率提升，讲解有理有据、分析透彻深入，实操性更是无比强大，能令你提升的绝不止于一点点技巧。须知销售不仅仅是一门职业，也是一门艺术，无论过程还是技巧，一切皆可设计。只要你能领悟其中精髓，便可成为最精通销售艺术的成交高手。

作者简介

荆涛：中国注册高级职业经理人，著名销售培训专家，“爱国者”学习俱乐部秘书长，长虹股份商学院首席专家，圣象地板企业大学首席专家，协助多家企业取得卓越业绩的实战培训师。荆涛老师的培训课程拒绝空洞说教，注重理论与实践相结合，因此他被许多企业家誉为“最具实战经验的营销课程导师”和“兼顾营销与系统运营的高端企业管理专家”。

书籍目录

自序

前言

信念篇 想成交客户，先成交自己

第一章 心态向上，业绩才会向上

你是为收入工作，还是为事业工作

好运气靠努力，主动出击才有收获

做好被拒绝1800次的心理准备

发自内心地热爱你的产品

你不是卖东西，而是帮客户买东西

第二章 信念无敌，能量才会无敌

每天对自己说“我喜欢我自己”

相信自己才能销售自己

战胜怯场——怕什么就干什么

没有目标的人不可能变得卓越

就算有一百个理由，也不能放弃

技术篇 成交“必杀技”助你无悬念成交

第三章 准备充分、成交一半之“硬件”要备齐

制作让客户翻一遍就买单的展业手册

让流程图告诉你下一步怎么办

着装与形象能体现你的专业能力

名片是销售人员的第二张脸

第四章 准备充分、成交一半之“软件”要给力

熟悉产品知识，做产品专家

对客户分析一定要做足

真正找准客户的需求点

卖点中要有打动客户的案例和故事

别把“卖点”等同于“买点”

掌握开放式提问的技巧

把握封闭式提问的窍门

设计适合自己的完美提问话术

让话术的使用成为条件反射

第五章 玩转话术，无限缩短与成交的距离

怎样开场才能让客户有兴趣跟你谈

介绍产品时，别做“产品讲解员”

谈话过程中，用耳朵好过用嘴巴

客户情绪不高时，可以先不推销

沟通时不能随性，动作、眼神等都有讲究

己所不欲，勿施于人——别对你的客户说谎

解除客户抗拒时，别站在客户的对立面

第六章 永远比别人多一招，保证你100%成交

反问法——不能满足他的要求就反问他

假设法——没成交时当成交

暗示情况紧急法——只有此刻签单，他才能得到实惠

三句话成交法——提三个问题就让他买单

下决定成交法——客户难以决定，你帮他决定

<<销售>>

吹捧成交法——告诉客户“你买得起”

富兰克林成交法——用产品优势说服他

多选一成交法——给客户选择

从众成交法——让顾客说服顾客

锐角成交法——把客户的反对意见转换成买单的理由

第七章 成交 销售结束，售后更有无限商机

深入挖掘已成交客户的潜在需求

投诉中也有机会——乐观面对投诉

效率篇 业绩稳定了，如何再突破

第八章 转介绍之道——把客户、同行都变成你的编外销售人员

只要名单的转介绍不叫转介绍

怎样解除客户转介绍的顾虑

要备好一整套转介绍的工具

炽热名单、温和名单、冰冷名单依次拜访

与业务不同的同行互相转介绍

如何让陌生人为你转介绍

第九章 不满足于固定的系统和流程，策略要与时俱进

多角度节约时间，一天创造数天的业绩

全方位整合资源，敏锐分辨谁有你的目标客户

策划成功的会议营销，制造销售热潮

后记

<<销售>>

章节摘录

版权页：设计适合自己的完美提问话术 在销售的过程中，能提问就不要用陈述的形式。

其实不管卖什么产品，销售员所问的问题都是大同小异。

我们之前讲了如何设计提问，但是在销售过程中，绝不会单单使用开放式提问方式或者只使用封闭式提问方式，而是两者结合起来用。

比如我曾经总结过一套卖产品的话术。

第一句问：“你在事业上的目标是什么？”

”客户很可能陈述一些他对工作和事业的期待。

第二句问：“为什么要达到这个目标？”

”客户大概会说：“这是我们今年的计划，能不能达成很重要……”第三句问：“什么原因会阻碍您完成这个目标呢？”

”客户也许回答：“我们的人员没招齐、技术不到位、销售体系不过关……”请注意，这三个都是开放式问题，但是你不能一直“开放”下去，你得收尾，这时就要转而在封闭式提问，可以问客户：“如果有办法让您改变现状，你愿不愿意改变呢？”

”我们想想，他会说不愿意吗？”

这样的提问是不是一气呵成？

再比如，以前有个专门卖网络购物卡的公司，请我设计一套话术，以便让推销员把产品卖得更快。我考虑了一下，给他们设计了七句话，连收款的话都说好了。

第一句问：“你在网上买过东西吗？”

”对方如果说买过，你接着问第二句：“一般去什么网站买？”

”这样的问题都很容易回答，记住不要问客户难以回答的问题。

第三句问：“如果去有的网上商城买东西，不仅省钱，还能赚钱，你有没有兴趣？”

”他是不是比较容易回答有兴趣？”

那你就接着问第四句：“那我花一两分钟简单介绍下可以吗？”

”他说可以，你接着问第五句：“我们这里有个创业平台，通过这个平台去网上购物，既可以省钱，又可以获得返利，介绍给朋友还能赚钱，一年大概能赚到2000~20000，你觉得好不好？”

”第六句：“至于具体能赚多少，取决于你帮我们推荐多少个会员，我这里有一份申请表，你能不能填一下？”

填完我再做详细的解释。

”对方填完表格以后，你就可以用第七句话来收款：“那么您首先应该成为我们的会员，为此您需要支付……”我们来看这个案例，第一个问题是封闭式问题，第二个是开放式，第三、第四、第五个个都是封闭式，也说明了在成交过程中，不能只用一种提问方式。

所以销售员要依照自己谈话的套路，设计出一整套开放式问题和封闭式问题结合的完美话术，然后才能去见客户。

我们先来谈谈设计问题的两种基本方法。

第一种叫扩大问题法，即引导客户肯定一些不可抗拒的事实，让他产生相关的思考。

所谓不可抗拒的事实，在某种角度上与真理相似，就是所有人都不会驳倒的事实。

我们前面说过卖复印机的案例，销售员在卖复印机的时候，要引导客户肯定的不可抗拒的事实就是“公司复印出的文件的品质，会反应公司的品质”，客户通常不会否认这样的事实吧？

然后你再问：“公司想保证复印出来的文件都非常有品质感，复印机的质量是不是很重要？”

”从一台复印机说到了公司的品质，是不是把问题扩大了？”

可是还不容反驳，是不是？”

<<销售>>

后记

销售是一条孤独的路。

也许你会立刻反对：这明明是一个推销的时代，走在大街上有人主动推销，待在家里有人上门推销，坐在办公室里有电话推销……销售的“路”被销售员堵得拥挤不堪，为什么竟然要用“孤独”两个字来形容呢？

原因很简单。

你只看到了路上拥挤的人群，没有注意到今天的人已经不是昨天的人，甚至这一分钟的人已经不是上一分钟的人。

或者说，在大街上拦住你的、敲开你家大门的、拨通你手机号的销售员，随时都在退出销售的队伍。

众所周知，做销售需要热情，遗憾的是，很多销售员只有热情。

加入销售大军不久，就被现实伤得体无完肤，最初的热情耗尽以后，只能黯然告别这支队伍。

我有过这种热情，也曾在现实面前灰心丧气，万幸没有在最艰难的时候放弃，才有了今天的一点点成绩。

作为一个销售人，我始终认为，销售员想取得成功，必须掌握娴熟的销售技巧。

不过在此之前，你一定要具备强大的信念：相信披荆斩棘才有收获，相信坚持不懈才有惊喜，相信相信自己才能成功……销售的确是一条孤独的路，然而金字塔顶端，也往往只有那么稀稀落落的几个人。

也正是因为亲身体验过销售人的艰难和销售这条路的崎岖难行，我在本书中把我所看重的信念、技巧和真实的人生经历倾囊分享，希望能为有志于借助销售改变人生和在销售队伍中奋力打拼的同行尽一点绵薄之力，如果能令大家有点滴收获，那么对我来说，就是最大的安慰了。

有人说，耐得住寂寞，才能守得住繁华。

我很喜欢这句话，愿意与大家共勉。

祝愿所有的销售人都能在销售的路上渐行渐远，且行且思且成长。

荆涛2012年8月

编辑推荐

《销售:设计对了就成交》编辑推荐：作好销售，要能辩证的认识销售工作，销售做得好的，收入非常可观。

但销售对人的毅力、形象、言谈等，要求也非常高，许多销售人员由于不堪客户拒绝，不懂得该如何和客户交流，而败下阵来。

只有端正心态，正视销售工作中的不利，正视自己的产品，才会赢得客户，实现成交。

就像《销售:设计对了就成交》里所说：客户“拒绝、抗拒，不是针对你，只是一种习惯”，而你需要做的是“跟你的产品‘谈恋爱’”，像熟悉你的恋人一样，熟悉产品。

当然，作好销售，最重要的还是方法，为了成交，工作中的每一步，“准备、拜访、沟通、谈判等多方面因素，没有一处不需要销售员人员施展技巧”，《销售:设计对了就成交》的独特之处就在于，对销售工作中常遇的各种情况，细致到针对具体的环节，都提出了销售人员该如何做。

<<销售>>

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>