

<<陌生拜访细节全书>>

图书基本信息

书名：<<陌生拜访细节全书>>

13位ISBN编号：9787530434109

10位ISBN编号：7530434101

出版时间：2006-10

出版时间：北京科学技术出版社

作者：西岳

页数：224

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>

## &lt;&lt;陌生拜访细节全书&gt;&gt;

## 前言

做了几年销售工作，成绩不错，但一个人获得的财富再多，终究产生不了巨大的社会效益。于是总是寻找着机会能有更大的突破，一个偶然的机会有幸进入了写作这个行业。

说是偶然也是必然，早就有了把几年的销售经验拿出来与大家分享的想法，进入这个行业后，义无反顾地选择了销售类的图书。

坦诚地说，如果现在仍然是在做销售，那么这些经验是不舍得拿出来与人分享的，做过销售的人都明白这一点。

但在商言商，既然选择了编辑这个行业，就要倾己所有。

在销售行业摸爬滚打几年，又在书海里乘风破浪几载，多多少少也做出了一些成绩。

最近几年从多个角度分别整理出版了《电话拜访客户细节训练》、《如何高效拜访客户》、《无法拒绝的销售》等销售类图书，由于这些图书具有很强的实用价值，因此获得了读者的好评，也取得了不错的市场效果。

走进书店，虽然书架上销售类的图书琳琅满目，但仔细翻开来读，却发现良莠不齐，难以寻觅到几本好书。

内容大多重复单一，例子陈旧，说服力不强。

是的，销售类图书作为销售人员的工具书来讲，最讲究的就是“实用”二字，不实用的工具书有谁愿意花钱购买呢？图书市场如此，然而销售市场的火药味一点儿也没有减弱，大多数销售人员仍然处于每天在外疲于奔命，却不见销售业绩增长的境地。

原因何在？各企业之间竞争激烈，每个销售人员之间的竞争也在日益加剧。

这两方面的竞争压力迫使销售人员不得不努力提高自己的能力，寻找更多的突破点。

怎么突破？怎么创新？从同事那里吗？同事之间是存在竞争的。

去参加培训会吗？培训会受一定的时空限制，而且投资与收益大多不成比例。

那么最好的方法就是寻觅到一本好书，一本实用的销售类图书。

笔者曾经是一名销售人员，很能理解时下销售人员急切的心情，也很清楚销售行业的现状。

基于以上种种原因，笔者决定把自己所有的销售经验无私地奉献给大家，于是便有了这本《陌生拜访细节全书》。

说是陌生拜访，其实并不局限于陌生拜访，而是在内容上涵盖了整个的销售流程。

为了向读者奉献一本与众不同的特色工具书，本书在编写过程中力图做到以下几点。

系统：整体的结构框架按照销售的基本流程：“寻找客户——访前准备(接触阶段——探询阶段——聆听阶段——呈现阶段)——处理异议——成交——跟进”的内在逻辑结构编排。

全面：在完整的销售流程结构框架下，书中几乎涉及到了销售过程中出现的任何内容，而且通过一个个细节，甚至细节下的具体内容一一体现出来。

力求向读者奉献最全面的销售经典。

经典：书中提到的一些方法和技巧，是笔者根据营销专家的建议，结合当前销售精英们常用的一些做法总结而成，具有很强的权威性和可信度。

实用：本书是针对销售过程中普遍存在的问题和读者的当前需求来选择素材的。

书中具体的细节内容经过市场调查采样，提炼出最尖端、最前沿的一些问题，以便最大限度地切合读者的需求。

原创性：为了避免理论和实践的脱节，适应当前市场发展的需要，笔者在编写过程中对一些销售理论上的空白进行了创作性的填补，并对销售过程中出现的一些新情况、新问题给出了最新的答案，以便更好地满足读者的需求。

可读性：为了避免理论的枯燥，方便读者阅读和理解，书中采用了大量的案例和故事，并对一些难点和重点问题，附以相应的插图和表格，希望能对读者有所帮助。

在本书编写过程中，获得了国内多位营销专家的支持，在此向他们表示衷心感谢。

当然，由于编者水平有限，疏漏之处在所难免，希望广大读者批评指正。

编者



## <<陌生拜访细节全书>>

### 内容概要

你的客户在哪里，这样沟通最有效，及时促成交易，做好拜访后期工作，好心态好业绩……本书以通俗易懂的语言，生动形象的案例，为你解读陌生拜访细节。

销售市场的火药味一点儿也没有减弱，大多数销售人员仍然处于每天在外疲于奔命，却不见销售业绩增长的境地。

原因何在？

各企业之间竞争激烈，每个销售人员之间的竞争也在日益加剧。

这两方面的竞争压力迫使销售人员不得不努力提高自己的能力，寻找更多的突破点。

怎么突破？

怎么创新？

从同事那里吗？

同事之间是存在竞争的。

去参加培训会吗？

培训会受一定的时空限制，而且投资与收益大多不成比例。

那么最好的方法就是寻觅到一本好书，一本实用的销售类图书。

笔者曾经是一名销售人员，很能理解时下销售人员急切的心情，也很清楚销售行业的现状。

基于以上种种原因，笔者决定把自己所有的销售经验无私地奉献给大家，于是便有了本书。

说是陌生拜访，其实并不局限于陌生拜访，而是在内容上涵盖了整个的销售流程。

## <<陌生拜访细节全书>>

### 作者简介

西岳，原名岳贤伦。  
曾先后从事销售、广告、培训、编辑等工作，具有丰富的实践经验。  
现为专职图书编辑，出版多种销售类图书，市场反响良好。  
主要编辑出版《电话拜访客户细节训练》、《先做关系后做销售》、《如何高效拜访客户》等销售类图书。

## &lt;&lt;陌生拜访细节全书&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇 你的客户在哪里预知客户来源的细节 // 5潜在客户来源 // 5如何搜索潜在客户 // 9谁是准客户 // 11让准客户显形 // 13找到购买决策人的细节 // 17购买决策中的参与者 // 17寻找决策人的方式 // 19寻找决策人的技巧 // 23做好陌生拜访时问题预测的细节 // 26调查分析准客户资料 // 26制定拜访计划和策略 // 31拜访过程预测与对策 // 34准备好你销售武器的细节 // 41产品资料 // 41演示工具 // 43成功案例 / 故事 // 45推荐人和推荐函 // 48笔记本 / 计算器 // 50名片和卡片 // 51礼品或小礼物 // 53三种有效客户预约方式的细节 // 55预约客户的方式 // 55约访的最佳时间 // 61拜访的最佳场所 // 63陌生拜访禁忌的细节 // 66不要占用客户太长时间 // 66不要谈及客户隐私和弱点 // 67陌生拜访要掌握火候 // 68不谈政治、宗教话题 // 70第二篇 这样沟通最有效陌生拜访沟通的细节 // 75始终引导客户的兴趣 // 75以客户为中心 // 76战略性沟通 // 77信任是第一块敲门砖的细节 // 82进门30秒决定销售成败 // 82建立信任关系的五大要素 // 84与客户建立什么样的关系 // 91如何做好开场白的细节 // 94开场白的原则 // 94开场白的结构 // 95开场白的方式 // 97察言观色技巧的细节 // 101客户的类型分析 // 101解读客户的非语言信号 // 104拢到谈话切入点的细节 // 113寻找切入点的几种方式 // 113围绕客户兴趣刺激兴奋点 // 116营造良好的沟通氛围 // 122提问原则技巧的细节 // 125让客户多说话 // 125以需求为导向 // 127以成交为目的 // 128设计问题漏斗 // 129几种有效提问方式的细节 // 131开放式提问 // 131封闭式提问 // 133漏斗式提问 // 134其他提问方式 // 135提问内容的细节 // 137个人客户 // 137企业客户 // 138倾听技巧的细节 // 141听出客户的需求 // 141听出客户的意图 // 144身体语言运用的细节 // 148微笑 / 目光 // 148声调 / 语速 // 151手势 // 152走路 / 坐姿 // 153展示产品独特卖点的细节 // 155与同类产品作比较 // 155仔细设计产品演示 // 158突出产品的核心卖点 // 166如何处理客户异议的细节 // 172认识客户异议 // 172异议产生的原因 // 175处理异议的原则 // 177处理异议的技巧 // 179第三篇 及时促成交易抓住成交有利时机的细节 // 186识别客户的购买信号 // 186抓住客户考虑的契机 // 188指导客户做出购买决定 // 190推动成交方法和技巧的细节 // 192客户成交心理分析 // 192成交的方法和技巧 // 195第四篇 做好拜访后期工作为下次拜访做准备的细节 // 202友好道别 // 202及时跟进 // 204与客户建立伙伴关系 // 206与客户保持长期联系 // 207附：好心态好业绩 // 213自信是最重要的心态 // 213克服你的心理障碍 // 217服务的心态 // 222

## &lt;&lt;陌生拜访细节全书&gt;&gt;

## 章节摘录

作为一名销售新人来讲，你可能没有太多的机会去选择有实力的大公司。不过小公司也有小公司的好处，在小公司中你可能会有更大的自由发挥空间，也可能会获得更高的销售提成，当然在小公司你也会有更大的发展空间。从这个角度来讲，只要你所服务的公司是正当合法的，你就应当对其充满足够的信心，而不论它大还是小。

如果你是一名经验丰富的销售人员，你一定会选择一家有实力的大公司。有实力的大公司，可能更容易获得客户的信任，因此更有利于业务的开展。总之，无论是大公司还是小公司，只要是正当合法的公司，你都应当对其充满自信。

你对公司充满了自信，你才能把公司最好的一面展现给客户，用这种情绪去影响客户，才能赢得客户的充分信任。

这样，你的销售工作才更容易成功。

(3)对产品自信 只要公司产品符合国家标准、行业标准或者企业标准，那它就是合格的产品，也就是公司最好的产品，它一定会获得消费者的认可，也一定会给客户带来实惠。

在整个销售过程中，不要对你销售的产品产生任何怀疑，要相信你销售的产品是最优秀的产品之一。

一位推销员来到深圳一家工厂推销电动机。

这家工厂的总工程师将电动机通上电后，将手悬在电机上空，用以测试外壳的温度。

过了一会，他认为推销员的电动机太热，怀疑电动机质量不好，表示不愿意购买。

这位推销员自己用手试了试，顿时语塞，只得向工程师介绍这台电动机的其他性能优势和价格优势，结果工程师假装无奈地摇摇头就请他走人了。

第二天，工厂来了另一位推销员，他推销的电动机与前面那位的完全一样，他同样遇到了工程师的刁难，不同的是——他却推销成功了！这位推销员向工程师呈上随身带来的一台小型电动机，工程师照例给电动机通上电，并且把手放在上方用以测试电动机温度。

过了一会儿，工程师仍然以电动机温度太高为由而拒绝购买。

“国家规定电动机的正常工作温度可高出室温华氏72度，是吗？”推销员问。

“是的。”

“总工程师回答。”

“那你们厂内的温度是多少？” “大概是华氏75度左右。”

“假如厂内的温度是华氏75度，那么电动机的工作温度就可高达147度。”

你要是把手放在华氏147度的水里，是不是会烫伤呢？” “是的。”

“那你是不是最好不要把你的手放在电动机上呢？” 总工程师只好承认：“你说得有道理。”

结果，他们签订了近十万元的订单。

其实在这个例子中，工程师很明白电机产品的国家标准和行业标准，他之所以用手试一试电动机上方的温度，只不过是做做样子，想考验第一位业务员是否专业罢了。

可惜的是第一位业务员被丁工程师问住了，没有过关。

而第二位业务员却以浅显的道理告诉那位工程师他的做法是很危险的，也是没有意义的，电机本身符合国家或行业标准，没有人会在电机工作期间一直把手伸在上面。

第二位销售人员以自己对产品的完全自信和卓越的口才为自己赢得了一笔大订单。

作为一名销售人员，一定要对自己的产品有足够的自信，无论客户在说什么你都不能改变对自己的产品的看法。

如果你对自己的产品信心不足，又怎能去说服客户呢？再说，客户认为你不具有专业水准，又怎么可能放心地购买你的产品呢？这对于许多销售人员来讲，仍然是一个十分严重的问题。

所以说，只有充分相信自己的产品，你才有可能说服你的客户。

现实生活中，可能会有一些业绩不好的销售人员把原因归咎于产品本身，可是为什么别的销售人员能够把产品顺利地卖出去呢？为什么那么多布鲁金斯学会的会员没有把斧头卖给小布什总统，而乔治·赫伯特却轻而易举地做到了呢？总之，把产品卖不出去的原因归于任何方面都是不明智的，那样

<<陌生拜访细节全书>>

只会让你在困难面前退缩。

其实，营销人员的心理素质是决定成功与否的关键因素。

信心来自于心理，只有做到“相信公司、相信产品、相信自己”才可以树立强大的自信心理，才能把产品成功地销售出去。

P216-217



<<陌生拜访细节全书>>

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>