

## <<小公司如何搞定客户>>

### 图书基本信息

书名：<<小公司如何搞定客户>>

13位ISBN编号：9787801939845

10位ISBN编号：7801939840

出版时间：2008-1

出版时间：中华工商联

作者：姜雪

页数：191

字数：220000

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>

## <<小公司如何搞定客户>>

### 内容概要

本着力求最大限度地贴近小公司老板和业务员工作实践，结合小公司日常运营特点，本书对小公司如何开发客户、寻找客户、拜访客户，如何与客户谈判，如何应对大客户，如何防止客户流失，如何与特殊客户打交道，与客户相处时避免出现什么错误等诸多问题，进行了比较系统的阐述。

## &lt;&lt;小公司如何搞定客户&gt;&gt;

## 书籍目录

前言 第一章 小公司如何开发客户 1. 小公司对业务员的要求 (1) 拥有良好的心态 (2) 有一定的沟通和协调能力 (3) 值得公司和客户信赖 (4) 拓宽知识面 (5) 要肯于吃苦耐劳, 善于见缝插针 (6) 要有为客户解决问题的能力 (7) 认同公司的制度 2. 小公司如何选择合适的客户 (1) 适合的才是最好的 (2) 合作意愿的考查很重要 (3) 判断出谁是自己的客户 3. 如何提高开发客户的成功率 (1) 最好联系客户的负责人 (2) 做好充分的准备工作 (3) 要有坚定的信念和勇气 (4) 以同理心赢得客户信任 (5) 让客户认同“物有所值” 4. 如何加大新客户开发力度 (1) 扩大兼职营销队伍 (2) 尽量扩大社交面 (3) 注重客户资源的交流

第二章 小公司如何寻找客户 1. 小公司充分利用电话联系客户 (1) 明晰与客户交谈的目的 (2) 善于利用电话表达自己的想法 (3) 善于了解客户的所思所想 (4) 注意与客户用电话谈生意的细节 链接: 精选业务员电话营销案例 2. 小公司如何在网上“俘获”客户 (1) 关注某个特定行业的客户 (2) 关注最新投资、投产的客户 (3) 关注目标客户的职位变迁 3. 小公司如何利用网站寻找客户 (1) 体现专业性 (2) 体现服务性 4. 小公司如何在展销会上赢得客户 (1) 必须考虑整个销售过程 (2) 针对问题清单进行自我检测

第三章 小公司业务如何拜访客户 1. 如何做有个准备的业务员 (1) 拜访客户前都要做什么 (2) 见到客户之后怎么办 (3) 拜访结束之后要总结得失 2. 如何设计拜访客户流程 (1) 打好招呼 (2) 做好自我介绍 (3) 拉近距离 (4) 设计好开场白 (5) 以巧妙询问切入正题 (6) 漂亮结束 3. 如何激起客户的合作愿望 (1) 能赚钱才是根本 (2) 产品能卖火是赚钱的保证 (3) 服务水准是定盘星 4. 如何才能投客户所好 (1) 清楚解读客户购买讯息 (2) 针对核心问题逐步攻克 (3) 有效处理反对意见 (4) 应对客户的拒绝 5. 拜访时“搞定”客户有绝招 (1) 直述来意, 不转弯子 (2) 让人重视, 不敢小看 (3) 明确“公益”, 暗示“私利” 6. 拜访客户时不该说的话 (1) 尽量少用专业术语 (2) 不要质疑客户 (3) 不要出口伤人 (4) 回避不雅之言 链接: 建立小公司客户档案

第四章 小公司如何与客户谈判 1. 与客户谈判的一般技巧 (1) 给彼此都留有回旋余地 (2) 千万不要意气用事 (3) 最好有一些幽默感 2. 如何做好谈判的准备工作 (1) 确定谈判目标 (2) 认真考虑对方的需要 (3) 评估相对实力和弱点 (4) 在评价实力和弱点时应注意的问题 (5) 制定谈判策略 (6) 团体间谈判还应做哪些准备 3. 如何掌握向客户报价的尺度 (1) 搞清楚询价者的情况再报价 (2) 学会让客户报价 (3) 学会模糊性报价 4. 如何让客户接受高价格 (1) 当客户以竞品价格打压时 (2) 要掌握应对方法 (3) 与竞品进行相关质量指标对比 (4) 需要注意的事项 5. 怎样和客户谈付款方式 (1) 要做到心中有数 (2) 要适时让步 6. 如何面对谈判相持 (1) 采取迂回的方法 (2) 避免问题出现僵局 (3) 更换谈判代表 (4) 尝试彼此都做出适当让步 (5) 尝试巧用自嘲博得同情 (6) 暂且停止谈判 7. 如何面对谈判僵局 (1) 要了解僵局与相持的区别 (2) 必要时让上司出场 (3) 发挥中立调解人的作用 链接: 经销协议书范本

第五章 小公司如何应对大客户 1. 小公司为何要找大客户 (1) 有利于建立有效分销网络 (2) 有利于提高市场操作能力 (3) 有利于强化市场影响和控制力 (4) 有利于开发综合资源 2. 小公司怎样拿到大订单 (1) 透明地公布产品的价格 (2) 强化公司内部管理 (3) 注意包装上的完美 (4) 小公司争取大订单的突破口 (5) 坚定自己的耐心 3. 小公司如何与大客户做到双赢 (1) 帮助客户做市场战略规划 (2) 控制好大客户的利润空间 (3) 经常让业务员与大客户进行沟通 (4) 建立规范的市场管理制度 4. 如何防止大客户“叛变” (1) 由专人负责大客户管理工作 (2) 建立深度沟通制度 (3) 经常进行大客户满意度调查 (4) 与大客户对产品的需求保持一致 (5) 给客户以最充分的保证 (6) 靠“商德”建立长期友谊

第六章 小公司如何防止客户流失 1. 找出客户流失的原因 (1) 因产品质量导致客户流失 (2) 因公司人员流动导致客户流失 (3) 因诚信问题导致客户流失 (4) 竞争对手夺走客户 (5) 因细节的疏忽使客户离去 (6) 因服务意识淡薄使客户离去 2. 如何防范客户流失 (1) 摆正与客户间的关系 (2) 做好质量营销 (3) 增加客户的经营价值 (4) 做好创新工作 (5) 建立一个感情“账户” 3. 善于与客户交流沟通 (1) 交流前要做好准备 (2) 交流时的态度要诚恳 (3) 掌握好说话的时机 (4) 要把握交流时的“度” (5) 要学会“听话”, 而不是会“说话” (6) 交流时的针对性要“强” 4. 小公司应维护好的几种客户 (1) 经常往来的客户 (2) 比较认同你的客户 (3) 机动灵活的客户

第七章 小公

## <<小公司如何搞定客户>>

司如何与特殊客户打交道 1. 如何与重点客户相处 (1) 要有的放矢 (2) 重视客户细节 (3) 要以情感人 2. 如何与少言寡语的客户相处 (1) 不善于表达意见 (2) 认为多说无用 (3) 用神情表达自己的意见 3. 如何与不善交际的客户交往 (1) 常常感到自卑 (2) 警惕性过高 4. 如何应对最难缠的客户 (1) 最难缠的客户类型 (2) 解决难缠客户的方案 (3) 要避免容易出的错误 5. 如何对待撒谎的客户 (1) “不诚实”型客户的动机 (2) 揭穿谎话的方式 6. 如何妥善安抚不满意的客户 (1) 真心真意为客户 (2) 选择处理不满的最佳时机 (3) 客户并不总是“对”的 (4) 随机应变, 变“坏”为“好” (5) 提供更多的附加值 (6) 减少不满发生的机会 7. 如何面对来退货的客户 (1) 了解退货的原因 (2) 解决退货的办法 (3) 从根本上减少客户的库存 8. 如何对待愤怒的客户 (1) 别过于计较客户的态度 (2) 对客户要做到耐心忍让 9. 如何对待最挑剔的客户 (1) 让客户既满意又感动 (2) 如何妥善处理挑剔客户 10. 如何面对投诉的客户 (1) 客户投诉的内容 (2) 正确理解客户投诉 (3) 处理投诉的基本原则 (4) 处理客户投诉的步骤

第八章 小公司如何与客户增进友谊 1. 摆正原则与交情的关系 (1) 业务员为何签“君子协议” (2) 友情使原则问题模糊化 (3) 坚持原则, 保护双方利益 2. 投其所好与客户建立友谊 (1) 了解客户的爱好 (2) 要想办法“入围” (3) 与客户一起上班 (4) 要把握好机会 3. 如何做到与客户互动 (1) 经常互访 (2) 产品互销 (3) 回访客户 4. 随时满足客户的需求 (1) 研究客户的需要 (2) 生产客户想要的产品 (3) 尽量去满足客户需要 5. 如何利用售后服务“讨好”客户 (1) 售后是销售的开始 (2) 利用售后服务“回人气” 6. 宴请客户时如何自如应付 (1) 敬酒有序, 主次分明 (2) 劝酒适度, 切莫强求 (3) 拒酒得体, 避免尴尬 7. 如何开好客户联谊会 (1) 活动时间的选择 (2) 活动前的准备 (3) 开展活动的细节工作 (4) 客户联谊会程序 (5) 操作要点和要求 (6) 有奖问答 (7) 抽奖 (8) 活动后期事务 8. 增进友谊同时不忘保持距离

第九章 业务员与客户相处时易犯的错误 1. 只站在自己的角度看问题 2. 与客户“打”成一片 3. 过多打听客户经济上的事情 4. 拒绝承担个人责任 5. 在客户面前攻击自己的公司 6. 陷入客户内部纷争 7. 不能与客户进行有效沟通 8. 在客户面前攻击竞争对手 9. 过分夸大自己公司的产品 参考文献后记

## <<小公司如何搞定客户>>

### 章节摘录

要知道自己需要什么，即业务员从谈判中预期得到什么，也就是确定谈判目标再开始进行谈判。

如果事先没有考虑好就去谈判，结果会有两种：一种是你可能会带着很多“礼物”离开；一种是你可能会放弃有价值的项目，以得到无价值的东西而结束谈判。

因此，在谈判前，一定要对自己需要得到什么有一个明确的设想。

要知道自己为什么需要它，即弄清楚自己得到的结果有什么用，谈判时想得到这个东西的原因是什么，这样有助于达到隐蔽的目的。

要知道实现不了自己的目标，会发生什么事情，即如果谈判没有得到预期的结果，要知道可能发生的最坏的事情是什么？

对于这件事情如果能够接受，或者说根本就明白会发生什么时，要能找到解决问题的其他方法。

要知道自己不能接受的是什么，即在谈判中，可能有些条件无论如何也不能接受。

如果这样的谈判迫使你超越原则性的限度，就不值得再花时间和精力继续谈下去了。

要为自己设定顶线目标、现实目标和底线目标，即要知道什么对自己最重要，就可以拟定谈判的顶线、现实和底线目标。

这些目标是把希望达到的结果和拥有的活动范围具体化的前提。

要自己能做出什么让步，这也是谈判最重要的内容之一，简言说，就是讨价还价、妥协、让步。

业务员为了得到自己想要的结果，必要时就要做出一些让步，来实现希望的谈判结果，但应该弄清：

a. 必须拥有的东西，不做出任何让步；      b. 相对来说什么不重要，可做让步准备；      c. 什么是必须拿去作交换条件的，什么是必须放弃的。

.....

## <<小公司如何搞定客户>>

### 编辑推荐

小公司如何寻找客户，小公司如何与客户谈判，小公司如何与特殊客户打交道，小公司业务员如何拜访客户，小公司如何应对大客户，业务员与客户相处时易犯的错误。

<<小公司如何搞定客户>>

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>