

<<顾客抱怨成就销售冠军>>

图书基本信息

书名：<<顾客抱怨成就销售冠军>>

13位ISBN编号：9787802552944

10位ISBN编号：780255294X

出版时间：1970-1

出版时间：企业管理出版社

作者：菊原智明

页数：177

译者：袁森

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>

<<顾客抱怨成就销售冠军>>

前言

我做梦也没想过。

活用顾客抱怨就能使我一跃成为销售冠军！

“我想自己随便看看，请不用跟着我！”“我已经决定用别家的产品了，请你不要再来打扰我了！”看见客人，一上前就被人讨厌。

一上去招呼就被顾客拒绝。

在担任房地产销售员的七年时间里，我始终面对着顾客的“冷脸”。

销售手段笨拙，销售业绩低迷，这就是我七年销售生涯的真实写照。

然而，令我烦恼的还远不止这些。

比“销售业绩低迷”更加令我抓狂的就是——顾客的抱怨！“我不想跟你讲话...”“为什么不事先说明白啊？”“给我的礼物？！还是赶紧带着东西离开吧！”通常，铺天盖地的顾客抱怨仿佛把我的胃打开了一个洞，让我连吃饭都觉得索然无味。

“亲爱的神仙大人啊，请救救我吧，别再让顾客抱怨连连，对我投诉不断了！我愿意用任何条件作交换！”这样的祈求，我都不知道在心里重复过多少次了。

做过销售的读者肯定会明白，收到投诉的滋味是多么痛苦！就算是销售业绩排在第一的家伙，偶尔听到抱怨也会垂头丧气。

对于成绩不佳的我而言，听到顾客抱怨就仿佛瞬间被打入地狱。

当时，我连做梦也没有想到，从顾客的抱怨人手竟然会让我摘下“倒数第一”的帽子，晋升为销售冠军！话说回来，我总是听到抱怨、接到投诉是有原因的。

那就是我总是在签订合同之前，只说好听的，却把可能涉及到的问题和不好说出口的各种情况统统避开了。

当实际执行起来可能增加费用，提高成本时顾客当然就对我非常不满意了。

“你要是前面说清楚，我就不在你们这订了！”结果就是这样。

这就是抱怨产生的原因。

<<顾客抱怨成就销售冠军>>

内容概要

顾客的抱怨和投诉，是绝佳的信息来源。

不论对于销售人员还是对于消费者来说，都是弥足珍贵的商业信息，可以作为营销工具加以充分利用。

从顾客的抱怨中站起来，从业绩最差者变身为销售冠军，失败的销售案例中所隐藏的问题真相，顾客为什么要抱怨，发掘顾客的潜在需求，给顾客留下深刻印象的销售赢在这里！

你是在“不折不扣”地做销售吗？

使用“暗示性语言”吸引顾客处理投诉中发展新顾客，“面对面，才好卖”已是陈年旧话，从处理投诉中发展新顾客，销售小伎俩，使依赖感丧失，不当的销售方法会使好机会人身边逃走。

<<顾客抱怨成就销售冠军>>

作者简介

菊原智明，销售咨询株式会社社长，群马县高崎市人1995年毕业于群马大学工学系，进入丰田住宅担任销售，从此开始了业绩持续低迷的7年痛苦职业生涯。

2002年，即将被解雇前，凭借一件小事为契机一跃成为销售冠军此后直到2005年，连续4年保持业绩第一的好成绩2006年建立销

<<顾客抱怨成就销售冠军>>

书籍目录

前言 我做梦也没想过，活用顾客抱怨就能使我一跃成为销售冠军！

第一章 所以是你！

业绩倒数第一的家伙 跟着销售人员手册走，永远也成不了销售高手 业绩上不去是因为你隐藏了最真实的情况 “实话实说”的销售受到顾客的好评 顾客抱怨的真正理由 抱怨为什么不断出现？

发掘顾客的潜在需求 合理利用顾客抱怨 蛮不讲理的抱怨最宝贵 与顾客构建良好关系第二章

决定胜负的第一分钟 能够在顾客心中留存印象的销售方法在这里 你是不是“职业化销售”？

销售禁忌——专业术语 解除顾客的戒备心理 “猜谜式”谈话，引起顾客兴趣 记住！

“决定权永远在顾客” “选择式谈话”的顾客吸引法 若顾客戒备心强，需第一时间进行“解冻”

坦言商品缺憾，取得顾客信任第三章 回访老顾客？

还是拜访新顾客？

这是个问题！

今天的顾客对唐突的造访十分反感 电话跟踪拜访也要分时间，选择“魔法时间带” “面对面交流对销售最有效”竟已经成为二十年前的旧话 热心销前，无视售后 一笔财富——老顾客的反馈意见 回访老顾客，招来新顾客第四章 营销Letter！

变顾客投诉为营销工具 无预约拜访的3个缺点 让没有消费欲望的顾客实际购买 竞争对手并不仅是行业内的公司 抓住顾客心理的问候信！

将“失败经验谈”系列化是铁的法则 预告！

再预告！

“刺激派”VS“同感派”，哪种“营销Letter”更有效？

明信片比电子邮件更能令顾客喜悦 利用抱怨向购买计划模糊的顾客进攻！

用满怀诚意的“营销Letter”温暖顾客冷漠的心第五章 打动顾客心！

制作“营销Letter”的7个要点！

要点1：你的措词和语气是否让顾客压力倍增 要点2：将“失败经验谈”分成两部分制作 要点3：最佳照片 要点4：保持印象的连贯性！

要点5：写信时，心中要设定一个对象！

要点6：消除顾客心中的不安！

要点7：最少发送三个甄选主题第六章 合同即将签订的关键时刻却跑单？

成交时刻落马，一切化为泡影 玩弄手腕痛失信任 辛苦预算给出报价却惨遭拒绝 恳求并不能换来订单！

签约的关键阶段，从“紧张！

”到“开心！

”的转变诀窍！

开场决定结局 签约不成谁之过第七章 有效促进成交！

成为销售冠军！

打造一个有利于成交的环境 必须建立与“Key Man”的交流 从商谈到成交的谈话技巧 活用贴纸完成“沉默中的交易”！

以成交为前提做最后一搏！

万能成交阻击法 成败在此一举——“成交Letter”让成功率高达90%！

<<顾客抱怨成就销售冠军>>

章节摘录

插图：我：“是吗。

”社长：“后来我们还去兜风7，高尔夫打得也特别好!(全是自夸的词汇)”我：“...”当时我对高尔夫完全没有兴趣。

尽管这样，对方还是毫不理会我的感觉，继续自顾自地说下去。

原本我跟这个社长就不是很对脾气。

听一个无趣的人嘴里讲出无趣的话来就更是一种折磨。

回过头来看，我当时的处境与顾客所面临的现状一模一样。

从完全没有信赖关系的口中听到自己毫不关心的话题，谁都会避之不及吧。

但这样不是说销售人员可以就此闭口不讲话了。

那么该怎么做呢?停止以自我为中心的，没有目的性的谈话，首先要让顾客感到轻松。

让我们试着改变一下。

以前：“最近签约的顾客数量直线上升”。

现在：“很多顾客看到销售人员靠近上来会有压迫感，您也是吧?”这么说，顾客肯定不会掉头就走。

我成功迈出了解除顾客戒备心理的第一步。

接下来也很关键。

有的销售人员看到顾客解除了戒备，一下子就换上了销售的职业化面孔，无论如何再也按耐不住，滔滔不绝地开始推销起商品来。

“机会终于来了”，销售人员就像灰太狼终于等到了时机，迅速脱下绵羊外套，露出了本来面目，展开了推销攻势。

在这种阵势下，有的顾客还可以抵挡一下，但大多数却早已逃之夭夭了，而且顾客的戒备心比起最初会更胜一筹。

于是，所有的方法都宣告失败了，顾客也不再理会我的演说。

我有了再次以头碰壁的感受。

然后，我就采取了豁出去的方法：从此不再进行任何相关的商品说明和推销。

取而代之的是对手公司不会采用的，向顾客透露反馈内容，投诉建议的销售方法。

我开始给顾客介绍商品的不足之处和使用者的经验谈。

比如，就像这样：以前：“这套面盆是由××设计的，时尚美观、经久耐用。

”现在：“这套面盆设计固然好，但是却没有考虑到设计一个收纳东西的地方，所以使用起来可能很不方便。

”然后，结果怎样呢?出乎意料。

顾客们表现出他们的兴趣，开始对我提问了。

商品说明固然重要，但要在得到顾客的信任之后再进行。

一见面就开始介绍商品，只会让顾客的戒备心加强。

只要解除了顾客的戒备心，进行商品介绍的机会多得是。

因此，见到顾客，与其强攻，不如改变战略，“化敌为友”在先。

请不要有类似“不推销好吗?”或“这样说对不对啊?”的顾虑。

你会发现，首先给顾客介绍商品的不足之处和使用者的经验反馈能够让你与顾客的商谈顺风顺水地开展下去。

“猜谜式”谈话，引起顾客兴趣后来我还对“前言”部分进行了修改。

“前言”是指与初次见面的顾客交换名片以后，进入正题之前的谈话。

我一般都采用“猜谜式”的方式展开谈话。

<<顾客抱怨成就销售冠军>>

编辑推荐

《顾客抱怨成就销售冠军》编辑推荐：你是否还在拼命往自己的产品上贴金，不断为自己的服务叫好？

你是否还沉浸在“只有面对面交流，才能达成销售”的自我陶醉中？

br 你是否已经绞尽脑汁却仍然不得销售要领，只能面对惨淡的业绩黯然神伤？

br 你是否还没有意识到：你所刻意隐瞒的，正是顾客最了解的！

br 消除顾客警戒，提升购买欲望!让自己与众不同!值得信赖! br 坦白老顾客抱怨反馈，招徕新顾客信任购买！

br 顾客们最了解的，是隐藏在巧舌如簧的销售技巧后面的事实! br 因此，如果你实实在在地坦白自己过去曾接受到的顾客抱怨，就会发现： br “跟其他的销售人员不一样啊!”——在顾客心中留下深刻印象 br 给顾客一种前所未有的信任感 br 解除顾客对销售人员的警戒心理 br “这位销售人员值得信赖!”——顾客对你的好感油然而生 br 抛砖引玉、耐心解答顾客提问 br 深度挖掘顾客的潜在反馈信息 br 以亲切自然的态度面对新顾客 br 热情接待老顾客 br 日本房地产销售冠军独秘籍——把顾客抱怨变成你最强的销售工具！

br 日本亚马逊网站5星级评价！

<<顾客抱怨成就销售冠军>>

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>