

<<销售细节大全>>

图书基本信息

书名：<<销售细节大全>>

13位ISBN编号：9787806755518

10位ISBN编号：7806755519

出版时间：2007-9

出版时间：内蒙古文化出版社

作者：刘屹松

页数：340

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>

<<销售细节大全>>

前言

随着经济环境的变化，竞争的日趋激烈，企业营销的成败与否，已构成其生存与否的关键。营销，既需要雄韬伟略的战略家，更需要把事做得精益求精的斗士。

战略与细节是企业的双翼，一个都不能少！

战略决定企业发展的方向和目标，战略管理相当于人的大脑中枢，细节管理相当于我们人体的每一根神经，大脑组织正确指挥全局，全身神经协同作战，必然达到既定目标。

然而，在今天，销售的竞争已白炽化，产品五花八门，质量都有先进的科技作保证，同值产品的竞争可以说尤其残酷。

所有的销售人员都明白，营销中大的战略和方向制定后是相对稳定的，而且改进余地已不多，那么销售的成败就取决细节。

只有注重细节，用细节打动客户才能获得销售的成功。

所以我们可以毫不夸张地说，细节已成为决定销售成败的最关键因素。

伟大的推销员乔·吉拉德说：“销售成功的机会无处不在。

无时不有，遍布于每一个细节之中。

”销售活动不管成败与否都是一个完整的过程，它由许多细节组成。

从这个意义上讲，做销售就是做“细节”。

从此观念出发，我们以一种与众不同的方式，编撰了《销售细节大全》一书，较系统阐述了销售过程中，从市场调研、客户开发、产品推销、商务谈判、渠道开拓直至货款回收的细节和技巧，概括实战经验，列举具体事例，力图帮助销售人员全面提升专业水平，提升销售业绩，同时也提升销售人员的生活品质和人生境界。

本书还根据现代市场的变势，提出了一些新的经营理念，把知识点与销售人员实战经验和智慧联系起来，力争做到点与面的结合，把销售细节深化和具体化。

本书所讲的每一个销售细节，不分行业，普遍适用，并具有可复制性。

“成大业若烹小鲜，做大事必重细节。

”让我们从每一个细节、每一项技巧、每一种理念开始，构筑一种希望，形成一种能量，铺就一条通途。

让有志者就此插上腾飞的翅膀。

伟大的销售就在于坚持从细节上，实现一个又一个突破，最终达到质的飞跃。

只要你坚持！

再坚持！

你就能成为一个伟大的推销员。

<<销售细节大全>>

内容概要

《销售细节大全：顶尖销售员必备的108个细节》较系统阐述了销售过程中，从市场调研、客户开发、产品推销、商务谈判、渠道开拓直至货款回收的细节和技巧，概括实战经验，列举具体事例，力图帮助销售人员全面提升专业水平，提升销售业绩，同时也提升销售人员的生活品质和人生境界。

《销售细节大全》还根据现代市场的变势，提出了一些新的经营理念，把知识点与销售人员实战经验和智慧联系起来，力争做到点与面的结合，把销售细节深化和具体化。

《销售细节大全》所讲的每一个销售细节，不分行业，普遍适用，并具有可复制性。

<<销售细节大全>>

书籍目录

第一篇 市场篇——你的市场在哪里
细节1：拓展市场，精髓在细节
细节2：销售人员开发市场的准备
细节3：顾客的需求就是市场
细节4：如何进行有效的市场调研
细节5：避开市场调研的误区和陷阱
细节6：市场调研成功的技巧
细节7：市场调研需要创意
细节8：让顾客告诉你机会点
细节9：了解你的竞争对手
细节10：如何赢得竞争对手的客户
细节11：新市场开拓七步曲
第二篇 客户篇——“上帝”万岁
细节12：寻找顾客的基本方法
细节13：需求挖掘：顾客到底买什么
细节14：探测需求的提问技巧
细节15：满足客户需求，细节致胜
细节16：拜访客户前的调查
细节17：接近客户的说话技巧
细节18：12种创造性的开场白
细节19：“赢”销五步拜访法
细节20：与客户沟通的恰当时间和地点
细节21：寻找共同话题
细节22：讲究沟通的礼仪
细节23：倾听比说更重要
细节24：如何有效说服客户
细节25：如何处理客户反对意见
细节26：处理异议的原则与技巧
细节27：让客户永远信任你
第三篇 产品(服务)篇——好东西让大家分享
细节28：你在卖什么
细节29：让产品吸引顾客
细节30：如何做好产品说明
细节31：推销产品三段论的技巧
细节32：发挥图片讲解法的魅力
细节33：打动顾客，只需59秒
细节34：灵活应对客户对产品的反应
细节35：提高客户的信任度
细节36：产品推介的几个窍门
细节37：懂点品牌战略——万宝路的启示
细节38：如何让顾客铭记你的产品
第四篇 渠道篇——织一张漂亮的网
细节39：做销售首先是做关系
细节40：成功销售：每天交4个朋友
细节41：商务交际：一刻值千金
细节42：如何找到理想的经销商
细节43：事先织就一张关系网
细节44：如何与有用的人套牢关系
细节45：“曲线”销售术
细节46：服务重于推销
细节47：别放过帮助客户的机会
细节48：真正的销售始于售后
细节49：感动客户比打动客户更重要
细节50：250定律：不得罪一个顾客
细节51：永远留住你的客户
第五篇 谈判篇——用嘴巴创造财富
细节52：了解你的谈判对手
细节53：客观的计划是谈判成功的基础
细节54：谈判前的寒暄之语有妙用
细节55：谈判人题与陈述技巧
细节56：谈判中的报价技法
细节57：谈判中的“白脸”“黑脸”战术
细节58：谈判中的“限期”战术
细节59：谈判中的“推—推—拉”战术
细节60：突破谈判僵局的说话技巧
细节61：商务谈判的拒绝技巧
细节62：谈判中表示“是”与“否”的话术
细节63：针锋相对，讨价还价的技巧
细节64：谈判中的拖延战术
细节65：谈判中“心理战术”的运用
细节66：束紧袋口，不让煮熟的鸭子飞走
第六篇 促销篇——成交高于一切
细节67：有效促销在于精细
细节68：无敌促销的6个妙招
细节69：促销——没有模式，只有突破
细节70：控制潜在客户右脑的魔力
细节71：对顾客进行“意向诱导”
细节72：如何唤起顾客的好奇心
细节73：促销说话要有“术”
细节74：达成交易的几种技巧
细节75：实现持续销售的6个“改变”技巧
细节76：取得合同、订单的技巧
第七篇 管理篇——管理是一种严肃的爱
细节77：业务员如何做好自我管理
细节78：度过低潮的妙诀
细节79：每天进步一点
细节80：业务员怎样突破自我
细节81：如何当好销售经理
细节82：如何培育和激励部下
细节83：成功管理者的秘诀
细节84：掌握时间运筹的标准
细节85：如何管理老客户
细节86：重新经营“流失的顾客”
第八篇 回款篇——企业的生命在于血脉畅通
细节87：业务人员为什么回款难
细节88：客户常用的欠款方法及其应对
细节89：回款——临门的关键一脚
细节90：坚持十大方针，回款有术
细节91：及时判断可能的呆账
细节92：业务老手的讨债技巧
细节93：电话催款：锁定目标，疲劳轰炸
细节94：当面催款，直接了当
细节95：建立感情：温情比胁迫更有效
细节96：攻心战略的运用
细节97：巧借“东风”收款法
细节98：雪中送炭的妙用
第九篇 素质篇——一个业务员就是一个品牌
细节99：业务员的基本素质
细节100：职业推销员的自我训练
细节101：女推销员的职业操守
细节102：出类拔萃的自我包装
细节103：微笑，参与社交的通行证
细节104：销售首先是如何推销自己
细节105：销售人员的十大必备心态
细节106：业务员如何自我激励
细节107：优秀业务员的真功修炼
细节108：成为销售专家必经的三个阶段

<<销售细节大全>>

章节摘录

细节2：销售人员开发市场的准备 新市场、新客户的开发，是每个公司及销售人员都必须面临和解决的现实问题，新市场开发的成效与质量的好坏，对一个企业的成长及销售人员的个人业绩提升至关重要，对于一些成长中的企业来说，新市场开发的多寡与好坏更是衡量销售人员个人能力的标准，由此可见新市场开发的重要性。

成功开发新市场是销售人员的天职，那么，作为一个销售人员开发新市场首先要做好两项基本准备。

1.开发新市场须做“五心上将” 现在的市场是一个“心”的市场，有人说，未来的世界也是有“心”人的世界。

成功开发新市场，须做“五有心人”。

(1) 信心。

销售人员开发新市场首先要有信心，有信心不见得会成功，但没信心一定输到底。

曾有一个广告公司的销售员说，与客户谈判前本来进行了充分的准备，但临场却因为心理因素而表达不足，以致谈判失败，他本人分析失败的原因时，归结为一句话，那就是缺乏自信心。

开发新市场，要面临很多的失意和挫折，其所遇到的拒绝和难堪，超过任何一个行业，因此，要想成功开发新市场，首先必须要“苦其心志”，坚定信心。

日本有一所特殊的培训学校，在日本被称为“地狱”、“经济斗士训练所”，该校的宗旨就是把日本的企业领导者造就成最强大最优秀的人才，校旗是一只象征力量的黑鹰，座右铭是：“100升汗水和眼泪”，它的课程很特别：每日数次走上大街高呼：“我是最优秀的分子，我能胜，我能胜。”

其次，接受紧张的体格训练，夏天让热焰般的太阳暴晒。

冬天则领受刺骨寒风的冷冻。

到校以后，教练就宣布：“你们到这里来是为了今后的工作，你们需要勤奋、汗水和眼泪来完成科目，你们的解决办法只有一条：合作，让地狱变成天堂。”

第四天是地狱日，按小组分散，跑40公里路程。

10点钟分散出发，1点半集合，并要求：每个人都要回来，哪一组有一个人在行军中丢了，全组测验不及格，团结是首要的。

有人指责该校的训练方法摧残企业干部的精神，学校创始人兼校长本桥年代反驳道：今天对学员来说，需要的不是知识，而是别的东西，对那些即将破产的人来说，他们对于各种事情了如指掌，但在生活中却缺乏足够的抵抗力和自信心。

我们想惟一教会学员的，是让他们如何摆脱困境，把每个学员推到极限，然后战胜极限。

虽然学校教给他们的东西很简单，然而每个人都说获得了内在的动力。

这座位于富士山脚下的“经济斗士训练所”之所以深受欢迎与厚爱，就是因为它独特的训练方式，以及在“炼狱”之后所给学员带来的自信。

要想成功开发新市场，充满自信，首当其冲。

(2) 耐心。

有这样一个故事，有一个推销新手工作了一段时间后，因找不到客户，自认为干不下去了，所以向经理提出辞呈，经理问：“你为什么要辞职呢？”他坦白地回答：“我找不到顾客，业绩很差，只好辞职。”

经理拉他到面对大街的窗口，指着大街问他：“你看到了什么？”推销员回答：“人啊！”“除此之外呢，你再看一看。”

“还是人啊。”

经理说：“在人群中，你难道没有看出很多的准顾客吗？”推销员恍然大悟，马上收回了辞呈。

这个故事给了我们一个什么样的启示呢？顾客来自准顾客，而准顾客满街都是，问题是如何找出来。

乔·吉拉德，世界上最伟大的推销员，他连续12年保持全世界推销汽车的最高记录。

他在《我用我的方式成功》一文中介绍他成功的心得时说，只要是他遇到的任何一个人，他都会毕恭毕敬地递上自己的名片，把他看作自己的潜在客户，他成功的方式就是以积极的心态，“把生活业务

<<销售细节大全>>

化，把业务生活化”，随时发现和寻找潜在的客户。

对于我们开发新市场来说，就必须有一种耐心，此处不成功，自有成功处，这家谈不成，就谈另一家，只要有一线希望，我们就尽120%的努力争取，只要你有耐心，随处都可发现“准顾客”，“柳暗花明又一村”的时刻很快就会到来。

(3) 恒心。

人贵有恒，开发市场就必须要有颗坚韧不拔的“恒心”。

蒲松龄曾有名言：“有志者，事竟成，破釜沉舟，百二秦关终属楚；苦心人，天不负，卧薪尝胆，三千越甲可吞吴。

”通过两个历史典故，昭示了“恒心”无坚不摧的恒久魅力。

有一个15年卖掉一个保单的感人而真实的故事：一个保险公司的销售员，连续15年，向一个潜在的客户不断推销他的保险，直到有一天，这个准客户再也听不到他的推销了，因为这个准客户去世了。

然而，这个看似“失败”的推销却因为这个准客户的死而发生转机，这个客户的家人被销售员的执着而深深打动，他们继承遗愿，买下了保单，从而成为一起跨时最长的销售“经典”。

开发新市场，要面对很多的新情况、新问题，对此，我们不能“蜻蜓点水”，“浅尝辄止”，而应该有持久的恒心。

开发新市场，就象打一场新战役，比拼的不仅是企业的实力和规模，更重要的是有时比的是销售员的恒心与毅力。

开发新市场，只有我们具备了打苦仗、打硬仗的恒心准备，我们才能运筹帷幄，决胜千里。

(4) 诚心。

有一句话叫“心诚则灵”，开发新市场亦是如此。

有这样一个让人感慨的销售案例，一个区域经理为了开发一个新市场，在客户没有明确表态经销其产品的情况下，在该市场“死缠硬磨”，整整“泡”了15天，在这半个月的时间里，该区域经理每天都随客户下到基层一线，帮助客户推销其代理的产品，详细调研市场，并积极与客户及其销售人员沟通、交流，但就是只字不提代理事宜。

后来，客户感其诚心，主动提出经销该厂家产品，并集中人力、物力、财力，重点推广该产品，使产品在该市场很快就打开了局面。

开发新市场，面对新客户，我们要以诚相待。

诚心能够缩短你与新客户之间的心理距离，能够架起你与客户相互沟通的桥梁，促使谈判、合作的完美成功。

(5) 爱心。

销售事业是一种爱心事业，开发新市场，我们要抱有一颗爱心。

开发新市场不是去“求”客户，而是去“救”客户，销售人员就是“上帝”，我们要“传播”爱心，爱自己、爱客户、爱分销商，爱消费者，我们通过我们的智慧与策略，为公司创造效益，为经销商创造财富，为消费者创造满意。

正如《爱的奉献》一歌中所唱的，“只要人人都献出一点爱，世界将变成美好的人间。

”
……

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>