

<<与顾客交往的69个禁忌>>

图书基本信息

书名：<<与顾客交往的69个禁忌>>

13位ISBN编号：9787111229896

10位ISBN编号：7111229894

出版时间：2008-1

出版时间：机械工业

作者：范爱明

页数：227

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>

## <<与顾客交往的69个禁忌>>

### 前言

在会见、拜访顾客时，你是否曾经做出令顾客尴尬的举动，是否曾经有过不欢而散的难堪？

在向顾客推介产品时，你是否曾经遇到过顾客“莫名其妙”的不满或拒绝？

在与顾客沟通时，你是否曾经说了一句不恰当的话，令顾客大为不满，以致丢掉一笔即将签约的生意？

在与客户交往时，触犯顾客的禁忌，是销售与服务中最大的失误。

最新版《现代汉语词典》对“禁忌”做了这样的解释：犯忌讳的话或行动。

在现实生活中，不论做什么事，都要知道什么是应该做的，什么是不应该做的。

应做的没做，不应做的做了，都会使自己和企业蒙受不必要的损失。

现在的竞争是以顾客为中心的竞争，不论是销售员还是服务员，都必须学会与各种不同个性的顾客打交道。

在与顾客打交道时，掌握一些方法与技巧固然重要，但就算方法与技巧运用得再好，如果触犯了顾客的某个禁忌，也会使所有的努力前功尽弃。

因此，了解顾客的种种禁忌，掌握规避禁忌的知识和方法，是企业中的任何一个员工都必须掌握的技能。

失败是成功之母。

只有从失败中吸取教训，才不至于重蹈覆辙，才能成就未来。

在销售和客户服务中，存在许多禁忌，只有明确与顾客交往时易犯的禁忌，才不至于违规犯忌，才能成功地与顾客达成交易、更好地为顾客服务。

本书归纳了与顾客交往时易犯的禁忌，总共分为以下几个方面：接待和拜见顾客时的禁忌；向顾客推介产品时的禁忌；与顾客沟通时的禁忌；与顾客交易时的禁忌；服务时的禁忌；处理顾客异议时的禁忌；处理顾客抱怨、投诉时的禁忌；与顾客交易完成后的禁忌；与顾客交往时的心态禁忌；与顾客交往时的礼仪禁忌。

全书论述了在销售与客服工作中不同场合、不同情景中的各种禁忌，总结了触犯顾客禁忌的种种表现，揭示了产生禁忌的原因，指出其弊端，同时提供了趋利避害的解决方法。

本书第一个特点是视角独特，从禁忌的角度入手，指导营销和客服人员正确做事。

本书第二个特点是在写作手法上，以情景和案例导入，并对其条分缕析，以点带面，深入阐述在销售或客服过程中易犯的禁忌、易走入的误区，并剖析原因，为读者指点迷津，提供规避顾客禁忌的方法。

本书第三个特点是贴近实际。

全书没有简单地罗列概念、没有枯燥的理论说教，而是借助实例，直接、明了地阐释在操作中容易出现的问题，为读者提供规避顾客禁忌的方案。

另外，本书内容新颖、论述有力、通俗易懂。

本书虽然是针对销售与服务人员而写的，但对企事业单位的职员都很有用，对提高员工交际能力、塑造员工职业素养、提升职业化程度、提高工作效率、赢得朋友和客户的信赖都具有很强的参考价值和指导意义。

本书的编写得到了诸多同仁、专家的大力支持，在此表示衷心的感谢。

尽管在创作过程中付出了很多心血，但由于角度独特、参考材料较少，加之写作时间有限，书中难免存在不尽如人意之处，竭诚欢迎广大读者批评指正，以便我们及时修正，使本书不断得到完善。

范爱明 2007年7月17日

## <<与顾客交往的69个禁忌>>

### 内容概要

在与顾客打交道时，一旦触犯了顾客的某个禁忌，就会使所有的努力前功尽弃。因此，了解顾客的种种禁忌，掌握规避禁忌的知识和方法，才不至于违规犯忌，才能更快地与顾客达成交易，才能更好地为顾客服务。

因此，规避禁忌是任何企业的员工必须要懂、要会的知识和技能。

全书论述了在销售与客服工作中不同场合、不同情景中的种种禁忌，总结了触犯顾客禁忌的种种表现，揭示了禁忌产生的原因，指出其弊端，同时提供了趋利避害的解决方法。

## &lt;&lt;与顾客交往的69个禁忌&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第一章 接待顾客时的禁忌1.忌忘记顾客的姓名2.忌叫错顾客的姓名或搞错顾客的职务、身份忌叫错或写错顾客的姓名忌混淆顾客的职务、身份3.忌衣着、仪表过于随便头部手部西服裙装4.忌握手不合度、不大方5.忌介绍失礼,令人尴尬自我介绍他人介绍集体收递名片6.忌不会察言观色、区别对待察言观色,揣摩心理判断类型,接待有方第二章 拜访顾客时的禁忌7.忌不重视顾客信息的搜集搜集顾客信息搜集与顾客关系密切的人或组织的信息8.忌盲目拜访管理好顾客的信息判断顾客的需求程度明确拜访目的9.忌不能选准拜访的最佳时机了解顾客的时间安排选择合适的见面时间10.忌不能发现、迎合顾客的爱好或兴趣“扮演”知音发现并迎合顾客的爱好或兴趣11.忌慢待或歧视自认为不重要的顾客顾客流失的成本有多高每一个顾客都是重要顾客第三章 向顾客推介产品时的禁忌12.忌不熟悉产品知识不了解产品知识是业务员之大忌熟悉产品知识有利于促使顾客迅速地购买掌握专业的产品知识是成功推介的前提13.忌不了解自己的产品与竞争动态不断积累、了解更多的产品动态信息熟知竞争对手的产品动态14.忌不让顾客参与、试用让顾客参与、试用好处多设法让顾客参与到产品的示范中来15.忌不让顾客挑选挑选产品是顾客应有的权利和固有的习惯给顾客尽可能大的选择空间16.忌不了解顾客的需求和意愿从顾客的角度全面、真实地了解顾客关心顾客的需求,关注顾客的利益17.忌不能有效倾听顾客的谈话先倾听,后推介养成主动倾听的习惯18.忌不能引导顾客购买有效引导顾客购买及时引导顾客的注意力19.忌盲目介绍或强迫推销顾客的需求是多维的根据顾客的需求实施针对性的推介20.忌因顾客拒绝而轻易退缩推销从被拒绝时开始沉着应对顾客的拒绝第四章 与顾客沟通时的语言禁忌21.忌在顾客面前贬低竞争对手客观、公正地评价你的竞争对手如果顾客与竞争对手有过合作关系,你应该怎么说如果顾客用竞争对手的优势来表达对你的不满,你应该怎么说与竞争对手共享顾客资源22.忌不会寻找共同话题找顾客最感兴趣的话题不提令顾客不愉快的话题23.忌卖弄专业术语尽量回避专业用语和业界通用语用顾客听得懂的语言介绍产品24.忌不会有效赞美顾客真诚赞美有利于促成业务学会赞美和欣赏你的顾客25.忌谈话时用词不当使用不吉利的词使用陈词滥调使用消极词语寒暄过多第五章 与顾客交易时的禁忌26.忌坑蒙拐骗,不为顾客着想先建立信任,再推销产品不为短期利益欺骗顾客你为顾客着想,顾客才会与你成交27.忌让顾客等得太久顾客“正常运转”了,公司才能正常运转设法缩短顾客的等待时间28.忌不尊重顾客或让顾客感到难堪要特别关注顾客的感受不要目中无人不要让顾客感到难堪29.忌总是想说服顾客或强迫顾客不要总是想说服顾客不要让顾客感到被强迫30.忌不能真诚地为顾客提供建议31.忌不会应对顾客的拒绝和借口应对“我们没有这方面的需要”应对顾客的拖延应对顾客的成见应对顾客的借口32.忌不能消除顾客的疑虑与戒备以耐心和诚心消除顾客的疑虑与戒备充分展示产品或服务的特征与优势必要时,承担风险33.忌不能消除顾客的不良情绪消除顾客的不平衡心理消除顾客的急躁情绪消除顾客的虚荣心理34.忌指责或怀疑顾客推销最基本的礼仪是不指责顾客不要与顾客发生争执永远不要怀疑你的顾客第六章 服务顾客时的禁忌35.忌重推销,轻服务成交之后才是推销的开始提供售后服务益处多36.忌不能兑现对顾客的承诺宁可不成交,也不可失去信誉谨慎承诺无法实现承诺时,应及时道歉和补救37.忌高承诺、低服务不要过度承诺让你的服务超出顾客的期望38.忌不注重个性服务了解不同类型顾客的不同需求为顾客提供“一对一”的服务针对顾客的不同个性做好服务39.忌过于死板,不会变通规定需要完善,服务需要多样化学会变通会让你获得额外价值40.忌售后服务不周到、不到位明确处理顾客问题的两条原则在服务时常见的问题处理顾客问题时应采用的方法和技巧第七章 处理顾客异议时的禁忌41.忌不能处理顾客的不同意见主动说出顾客的不同意见先对顾客的不同意见表示肯定提供有力的证据42.忌不会把顾客的反意见转化成购买理由“害怕产品(服务)质量不好”“没有时间”“钱不够”或“预算不够”43.忌不会处理顾客对价格的异议不要跟顾客讨论价格,而要跟顾客讨论价值巧妙应对顾客对价格的异议44.忌与有争议的顾客争辩别把“争辩”当“说服”“占争辩的便宜越多,吃销售的亏越大”顾客不是你争辩的对象45.忌责难有争议的顾客根本没反应把责任推给别人装傻乞怜心不在焉第八章 处理顾客抱怨、投诉时的禁忌46.忌不重视顾客的抱怨与投诉你不重视顾客的抱怨,你的利益就会受损顾客投诉你,你要感谢他顾客的抱怨是给你的机会47.忌不能对顾客的投诉快速做出积极反应补偿顾客的损失,就是补救自己的失误快速处理顾客的不满48.忌不会解决顾客的抱怨或投诉确认问题所在“先人情,后事情”提出解决方案49.忌不能为自己的过错向顾客道歉真诚地道歉优秀的抱怨回函50.处理顾客抱怨、投诉时的禁忌价廉必品劣规定就是这样根本就没这回事我不明白你

## <<与顾客交往的69个禁忌>>

说的话我没那样说以后再说对顾客不满意第九章 与顾客达成交易后的禁忌51.忌不重视维系老顾客80%的业绩来自于老顾客的重复购买和推介老顾客是企业财富的源泉设法维系与老顾客的关系52.忌不重视达成交易后与顾客的联系与顾客联系有利于建立稳定的顾客群与顾客保持联系好处多53.忌不会主动跟顾客联络把握与顾客联系的机会适时回访顾客54.忌不会找机会“追踪”顾客电话书信、邮件其他联系方式第十章 与顾客交往时的心态禁忌55.忌对推销的产品信心不足把对产品的信心传递给顾客坚定自己的信念56.忌不重视微笑服务或微笑不真诚微笑是一种无形资产，可以创造难以估量的财富始终保持自然的微笑57.忌思想消极或过于自谦思想消极危害大过于自谦会显得底气不足缺乏热情、自信会降低顾客的兴趣和信赖58.忌态度冷淡接待顾客时应注意的服务态度掌握接待技巧59.忌被不良情绪困扰控制自己的情绪平息顾客的怒气第十一章 与顾客交往时的礼仪禁忌60.忌拜访顾客时不约而至、迟到或时间不合适不约而至迟到时间不合适61.忌使用不正确的手势向上伸大拇指大拇指向下伸出食指和中指双臂交叉双手放在口袋里62.忌不合适的姿态站姿的种种问题坐姿不优雅不正确的走姿63.忌令人反感的眼神不正视顾客东张西望冷漠的眼神直愣愣的眼神64.忌宴请顾客时座次出错桌次的排列位次的排列65.忌用餐时举止不当用餐举止禁忌使用餐具禁忌66.忌馈赠礼品时触犯禁忌礼品颜色禁忌礼品数字禁忌礼品类别禁忌67.拨打电话禁忌时间禁忌态度禁忌举止禁忌语言禁忌挂电话禁忌68.接电话禁忌语言禁忌举止禁忌不记录信息69.忌怠慢顾客怠慢顾客是业务员之大忌一些怠慢顾客的动作和习惯用语不要以貌取人，歧视小顾客参考文献

## <<与顾客交往的69个禁忌>>

### 编辑推荐

在接待、拜访顾客时，你是否曾经作出令顾客尴尬的举动，甚至有过不欢而散的难堪？  
在向顾客推介产品时，你是否遇到过顾客“莫名其妙”的不满，甚至不顾情面的拒绝？  
在与顾客沟通时，你是否曾经因为一句不恰当的话语，使顾客大为不满，甚至丢掉一笔即将要签的合同？  
……《与顾客交往的69个禁忌：提高交际能力、提升职业素养的一部书》从“禁忌”的角度剖析容易触犯的问题，注重实例与情景分析，以具体情景和案例导入，并对其条分缕析，深入阐述在销售或客服过程中易犯的禁忌、易走入的误区，剖析原因，指点迷津，提供规避顾客禁忌的具体方法。只有明确与顾客交往时易犯的禁忌，才不至于违规犯禁，才能更快地与顾客达成交易，才能更好地为顾客服务。

<<与顾客交往的69个禁忌>>

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>