第一图书网, tushu007.com

<<家电就该这样卖>>

图书基本信息

书名：<<家电就该这样卖>>

13位ISBN编号：9787111310686

10位ISBN编号：7111310683

出版时间：2010-7

出版时间：机械工业出版社

作者：谭慧，孙鹏涛 编著

页数：288

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

前言

本书的读者是那些艰苦地奋战在各种家电卖场和商场的销售人员。

当你没日没夜地奋斗在嘈杂的家电卖场，面对难以说服的顾客和不尽如人意的销售业绩时，你在思考什么？

商场如战场，家电卖场是商场的一部分，然而在当今的时代，家电卖场何止仅如战场！
在战术上，家电卖场早已超越战场上的复杂程度；在征服对象上，不仅有各色的消费者，还有大量的竞争对手和替代对手……这场没有硝烟的“战争”，早已表现得更加激烈。
虽然战时毛泽东主席提出“与人斗其乐无穷”，但是若在家电卖场与顾客“斗”，就未免太过于愚蠢。

想要做一名成功的家电销售人员，并不是无章可循。
无论在哪个领域，凡是成功者都有他们值得学习的地方，只有善于借鉴成功者的经验才能让你缩短走向成功的路。
学习别人的经验，可以避免重蹈覆辙；获得新知，可以使自己生活得丰富多彩而且充满喜悦；聆听不同的声音，可以使思维延伸而且更加开阔；接受正确有益的忠告，可以增加你前进的愿望和动力。

这是一本吸纳前人丰富经验的书，相信会成为你的良师益友。

本书力求做到“授之以渔”而非“授之以鱼”。
全书摒弃了大部分销售类图书罗列销售场景的模式，因为此类模式并没有给读者留下深刻的印象，也不能形成系统的逻辑思维能力，更不能达到灵活运用书中各种方式策略的目的。
本书有一个非常清晰的脉络，这就是围绕着销售家电过程中遇到的一系列问题展开的，争取做到对各种疑难点逐个击破。
在前言后附有一张全书章节逻辑图，非常简单实用，该图有助于读者更好地把握本书的整体结构。

内容概要

本书通过情景模拟的实战方式，解决了家电销售人员在实际工作中遇到的问题，帮助他们切实提高销售业绩。
主要内容包括：如何迎接顾客，如何探寻顾客的需求，如何专业地介绍产品，如何增加顾客体验，如何引导顾客转变需求，如何应对顾客的拒绝和责难，如何应对顾客的价格异议和技术咨询，如何促进成交，如何解决售后服务问题，如何应对不同类型的顾客等。
本书将为各种家电卖场和商场的销售人员提供切实的实战销售技巧指导，帮助他们提高技能，从而成为家电销售精英！

<<家电就该这样卖>>

书籍目录

前言 第1堂课 拉开战争序幕：开场迎客技巧 观察出顾客的性格特点 对于表情冷淡的顾客，要用情感去感化 团体顾客走进卖场，分清角色是关键 顾客人多时，要“接一、顾二、招呼三” “别人的货区也关我的事”，卖场没有分外事 销售人员不要过度“热情”，要学会察言观色 销售人员不能太冷漠，要尊重“上帝” 切忌死缠烂打，多为顾客着想，从而达到双赢 区分并区别对待对比价格的顾客和“价格间谍” 对态度不好的顾客应采取迂回战术 对优柔寡断的顾客要真诚地慢慢磨 长期磨炼 ：猜准顾客的十大心思 第2堂课 明确开战目的：探寻顾客需求 重复定律，让顾客需求更清晰 倾听与询问是打开顾客内心“黑箱子”的两把钥匙 察言观色，做有倾向性的推介 根据顾客的购买条件，找到对应的产品 成功者善于提出好的问题，从而得到好的答案 把顾客放在你做一切努力的核心位置上 顾客对产品不满意时，破解其隐藏于内心的真实需求 顾客不发表意见要离开时，请学会挽留 第3堂课 跨入战争相持：专业产品解说 介绍产品，将顾客引入催眠过程 你推销的是产品，而不是抽象的代码 顾客只关注能给自己带来好处的产品 应用FAB技巧，让顾客相信你的产品是最好的 提炼卖点 ，突出你的产品是独一无二的 只给顾客三个简单选择 把话说到点子上，刺激顾客的购买欲 熟悉产品，了解你所销售产品的详细情况 长话短说是一种智慧，说服顾客不要超过十分钟 忌诋毁对手，否则弄巧成拙自讨苦吃 使用利益陈述法打动顾客的心 按事先设计好的问题积极发问 对顾客不满意的产品下结论要避重就轻，以柔克刚 列举具体事实，打消顾客疑虑第4堂课 诱降顽固“敌人”：增加顾客体验 “请君动手”——顾客体验真的很重要 找出不想体验的顾客的内心疑虑 重点推荐法避免顾客把所有产品试一遍 让顾客亲自感受产品的优点和卖点 用专业的顾客体验展示相似产品的细微差别 让顾客感受到切实的品质，让顾客分辨到底哪家产品好 顾客体验是打消顾客疑虑最直接有效的方法 在演示中抓住顾客的心 家电噪声大小因人而异，要区别对待 引导顾客发现新需求，而不是强制灌输 第5堂课 使用“策反”策略：转变顾客需求 什么时候需要转变顾客需求 突破思维定式：“您是否可以考虑一下买绿色盖子的豆浆机呢” 引导顾客了解市场，消除顾客对自己的“奸商”评价 做顾客了解本行业和产品的导师 针对顾客的价格疑虑，尝试化整为零法和质量保证法 解决顾客对新产品的不满意，找准真实原因是关键 避免每个产品都很好，让顾客陷入艰难选择 想顾客之所想：这个配置的电冰箱真的能满足你吗 针对犹豫不决的顾客，只提供唯一选择 库存的老款产品也有独特卖点 第6堂课 进行绝地反击：应对顾客拒绝和责难 探知顾客的心理类型促成成交 用“垫子”法解答顾客挑衅性追问 强调基本属性，成功化解顾客用竞争对手的优势刁难 避免与顾客发生争执，巧妙让顾客由“拒绝”变为“接受” 三种方法应对顾客拖延购买 以迂为直，绕过销售障碍 利用同类产品的差异进行反驳式推销 实证法化解顾客对产品质量的疑虑 七类顾客拒绝的应对策略 第7堂课 打赢正面交锋：应对价格异议和技术咨询 从结论到现象，发挥演绎能力消除顾客的顾虑 运用数字技巧分析顾客嫌贵的商品 找到差异，消除顾客价格疑虑 务必使顾客问价前先了解产品性能 一分价钱一分货，将产品不贵的理由说清楚 先大后小刺激购买欲望 让从众心理成交法影响潜在顾客 积极拒绝顾客不合理要求 分析原因，应对顾客以竞品为参照的打折要求 满足老顾客的归属感 第8堂课 把握战争转折：促进顺利成交 找到顾客顾虑的症结所在 打破僵局，营造融洽沟通的氛围 及时领会顾客的意图，巧妙作出回应 不说不该说的话 读懂顾客的左右脑，牵着“上帝”的鼻子走 在聆听中捕捉顾客流露出的购买信号 顾客身边的每一个人都是重要人物 巧妙转移，避免即将成功的销售被闲逛的客人随口否决 重塑顾客信心，把握成交时机 消除顾客担忧，及时提出成交建议 避免让顾客两害相权取其轻 肯定+欣赏，成功推介高端机 用试错法个个击破第9堂课 解决战后问题：较好售后服务 售后服务已经变得如此重要 为“老弱病残孕”顾客群设计更人性化的服务 严格执行国家相关标准应对顾客退货 “公司规定”不是拒绝顾客换货的挡箭牌 侵害消费者合法权益是饮鸩止渴 售后服务要诚信，“信口开河”让顾客再也不想登门 关注顾客的情感，而不只是产品缺陷 耐心应对暴跳如雷的投诉者 成交并非结束，用售后服务赢得回头客 与顾客保持联系，为下次销售埋下种子 家电卖场提供的不佳服务有哪些 “为何每个店都一样”，尝试服务创新 第10堂课 提高识别能力：灵活应对不同类型的顾客 针对理性思考型顾客：肯定他们的观点 针对反复无常型顾客：找准机会趁热打铁 针对个性稳重型顾客：配合顾客，博取信任 针对果断型顾客：用诱导法将其说服 针对谨慎型顾客：为顾客讲故事 针对难以满足型顾客：不夸产品，避免争吵，多次沟通 针对占便宜型顾客：用适当的价格差来满足他们 针

对叛逆型顾客：使用“ 饥饿营销 ”方式勾起他们的购买欲 针对外向型顾客：说话不拖泥带水，做事干净利落 针对内向型顾客：用心来观察，用真诚来打动 针对虚荣型顾客：给足面子，多说恭维话 家电销售人员十大黄金法则

章节摘录

“ 您主要用于哪些方面呢？
”　“ 哦，如果用于商标设计，那么对电脑配置这一块要求就相对高一些。
是吗？
”　“ 请问您在出差时经常使用电脑吗？
”　“ 如果经常出差，那就希望随身携带的电脑能够轻一点儿，是吗？
”　“ 您喜欢什么样的颜色呢？
”　“ 我们新推出了好几种款式，不知您对电脑款式方面有哪些特别的要求？
”　“ 您的预算是多少呢？
”　从以上的系列提问可以看出，这位电脑销售人员通过提问，在收集了很多重要信息的同时，也展示了自己的专业知识，顾客自然就会信赖他了。
在提问方式上，我们可以把它分为封闭式提问与开放式提问。
有些时候，顾客往往是一个非常健谈的人，比如，你问：“ 你今天过得怎么样？
”顾客可能会从早餐开始一直谈到今天的天气、交通状况等等，漫无边际。
事实上，我们没有必要了解许多对我们根本没有用的信息，因此，这时候我们就需要把问题转移到你的目的上来。
这种方式我们称之为“ 封闭式 ”问题，就是引导顾客用比较确定的语言来回答的问题。
“ 开放式 ”的提问方式，也就是和顾客拉近距离、套近乎的提问方式，但是需要有一定的节制，否则可能导致销售人员和顾客谈得很投机，最终却不能了解任何有价值的信息，白白浪费了很多时间和精力。
对此，“ 封闭式 ”的提问方式，是很好的补充。
“ 封闭式 ”的提问方式，最大的好处就在于能够确认顾客对某一事件的态度和看法，从而帮助销售人员真正了解到顾客的想法。
比如“ 你确定要购买这种型号的电脑，是吗？
”明确的提问，顾客必然需要明确的回答。
例如：　“ 听您的声音，我感觉您是一个很有地位、很有影响力的人。
”　“ 专家就是专家，您提的问题都与一般人不一样，都提到点子上了。
”　“ 真的很高兴能有机会与您这样的专业公司合作。
”　“ 陈总，您有这样的想法真是太好了。
”　“ 王经理，我完全理解您的感受，您的遭遇我以前也碰到过。
”　“ 您可以详细谈谈您不满意的具体原因吗？
”　“ 这件事除了您负责外，您看我再找谁谈谈比较合适呢？
”

编辑推荐

问题导入，环环相扣！
真实场景再现，成就王牌导购！
上午看完，下午就能用！
成功销售，一本就行！
《家电就该这样卖》三大看点：100多个实战情景案例大解析！
有策略、有方法、有话术，再现家电销售场景！
简单易行的销售妙招，拿来就有用，一用就有效！

第一图书网, tushu007.com

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