

<<万金系一线>>

图书基本信息

书名：<<万金系一线>>

13位ISBN编号：9787111326526

10位ISBN编号：7111326520

出版时间：2011-1

出版时间：机械工业出版社

作者：张超

页数：223

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>

<<万金系一线>>

内容概要

在电话销售中，客户长什么样子，他的表情如何，他在干什么，他在想什么，你全然不知。仅凭一条电话线和口舌之能，你却要取信于客户，把产品销售出去，电话销售的挑战性可见一斑。因此，电话销售更要讲究方法和技巧。

本书是作者多年电话销售的实战总结，提供了许多实用的方法、技巧和工具，涵盖了电话销售的整个流程，包括：从事电话销售，需要进行哪些心理修炼；在通话之前，需要进行哪些精心准备；开场阶段，如何说客户才不会挂断你的电话；如何抛砖引玉，发现和挖掘客户需求；如何水到渠成地推介产品；如何处理客户异议和抱怨，并制造新的商机；如何趁热打铁，向客户索要订单；如何做好售后服务，进行客户资源的“二次开发”。

本书适合电话销售相关从业人员、电话销售团队管理者阅读和使用，也可以作为电话销售培训教材使用。

<<万金系一线>>

作者简介

张超，销售培训专家，电话销售行为研究专家，好医生商学院院长，好医生集团培训经理。先后担任全球最大的中文搜索引擎百度公司培训主管，国内领先的B2B电子商务公司慧聪网。长期致力于销售管理、销售技巧、团队管理、TTT等课题的专项研究和实践工作，积累了丰富的理论知识和实战经验。

培训领域：领导与管理、销售技巧、销售管理、谈判技巧、沟通和培训师培训。

培训课程：万金系一线：电话销售实战技巧、影响客户购买心理的销售技巧、顶尖的销售管理技巧、谈判技巧等。

服务客户：北京移动、天津移动、辽宁移动、常州电信、北京电信、内蒙古电信、戴尔、太平洋人寿、TCL、长城电脑、长虹彩电、武汉三峡酒店用品有限公司、北京经开万佳酒店用品市场、华泰集团等。

授课风格：风趣幽默、清新自然、注重互动，善于引导学员通过实际案例和活动来加深对课题的认识和理解，深受企业和学员们的欢迎。

<<万金系一线>>

书籍目录

推荐序

前言

第一章 万金系一线——电话营销的“核摄力”

第一节 电话营销，新营销时代的“核武器”

第二节 商贾新战场，成败一线间

第三节 适用所有企业的营销王道

第四节 永不消失的电波

[自我测试]谁最适合电话销售——你是否具有从事电话销售的潜质

第二章 百炼才成钢——金牌电话销售人员的关键词

第一节 坚持：即使失败1000次，也仍然期待第1001次的成功

第二节 无畏：突破恐惧，就是要跟陌生人说话

第三节 积极：寻找客户，遍地商机

第四节 管理：管理客户，管理时间，管理自我

第五节 感染：声音是那双拉近客户的手

第六节 习惯：金牌电话销售人员必备的职业习惯

[自我测试]谁走在新营销时代前沿——优秀电话销售人员的基本素质测试

第三章 知己方知彼，未雨先绸缪——通话前的精心准备

第一节 知己——了解自我，挖掘竞争优势”

第二节 知彼——了解目标客户，选准目标、找对人

第三节 未雨绸缪——制订有针对性的销售话术

第四节 未雨绸缪——预测突发问题及备案话术

第五节 细节 着手，准备好物品，安排好环境

[自我测试]谁先发现了潜在客户——电话销售人员的客户开发能力测试

第四章 先声已夺人——开场白是成功路上的第一道关卡

第一节 一分钟开场白流程

第二节 30秒钟成功开场白的三要素

第三节 开场白的七种形式

第四节 三种开场情景应对策略

第五节 绕过前台、秘书关的十种方法

经典开场白话术汇编

[自我测试]谁屏蔽了我们的客户——开场白成功系数测试

第五章 抛砖引来玉如意——探询、挖掘和引导客户需求

第一节 探询、挖掘客户需求的SPIN模式

第二节 理性与感性的冰山理论

第三节 判断客户的性格类型DISC性格管理工具

第四节 成功挖掘客户需求的三要素

第五节 有效提问和有效倾听的技巧

第六节 引导客户关注你的产品优势

探询需求话术汇编

[自我测试]谁先发现了客户需求——倾听与应变的能力测试

第六章 水到渠自成——自然导入产品推介

第一节 自然推介产品的N—FAB—E推销模式

第二节 实现个性化推介的USP和UBV理念

第三节 水到渠自成，把握产品推介的时机

第四节 产品推介的五大技巧和五大误区

<<万金系一线>>

产品推介话术汇编

[自我测试]谁服务了我们的产品——产品推介能力测试

第七章 风光在险峰——解决异议等于发现商机

第一节 客户产生异议的原因及处理原则

第二节 处理客户异议的LSCPA模式

第三节 客户异议的类型及处理模式

第四节 解决异议的六大技巧

处理客户常见异议的话术汇编

[自我测试]谁赶走了我们的客户——客户服务误区测试

第八章 打铁要趁热——购买是一种冲动行为

第一节 促单成交的流程

第二节 成功成交的三要素

第三节 有效促单的“加减乘除”原则和成交技巧

第四节 达成阶段性协议的三个步骤

第五节 达成阶段性协议的必备条件——MAN法则

第六节 雪中送炭抑或锦上添花的促销政策

[自我测试]谁先发现了成交商机——捕捉成交时的能力测试

第九章 始终要如一——持续跟进、强化品牌服务意识

第一节 把脉客户成熟度，制定针对性跟进策略

第二节 平息客户抱怨，彰显服务意识

第三节 五种工具稳固客户忠诚度

第四节 老客户资源的“二次开发”

[自我测试]谁稳固了我们的老客户——客户关系维系能力测试

<<万金系一线>>

章节摘录

第一章 万金系一线——电话营销的“核摄力” 第一节 电话营销，新营销时代的“核武器”

一、电话营销的发展 电话营销（Telemarketing）是一个较新的概念，1970年，电话营销开始在美国大范围推广，后来这种营销模式在实践的证明下被人们接受。

一转眼40多年过后，美国早已成为世界上电话营销头号大国。

根据美国电话营销协会的统计数据，美国本土市场广义的电话营销（包括电话销售、客服）相关产值高达5千亿美元，而英国拥有超过5 000家的电话营销中心，电话营销从业人数高达35万。

此外，在20世纪末，日本的电话营销逐渐发展起来，而且发展势头非常强劲。

可见电话营销已经成为各国经济发展的利器。

21世纪初，中国在这股浪潮中也开始觉醒，不少企业开始尝试“电话营销”这种最新的营销模式。开始阶段，在全球成功运用“电话营销”的企业主要集中在大型外资企业，国内企业中，主要集中在通信、金融等行业。

后来，物流、旅游、咨询服务、各种俱乐部等行业也纷纷引进“电话营销”这个威力无比的营销模式。

二、电话营销的时代背景 随着我国社会经济的飞速发展，消费者的需求得到越来越高的满足，很多消费者开始更加重视商品的附加价值，而非仅仅关注商品的基本性能。

比如，该商品是否能满足“服务好”、“安全”、“节约时间”、“节约费用”等需求。

毕竟，每个消费者都想购买对自己有意义、有价值的商品。

<<万金系一线>>

媒体关注与评论

一条细细的电话线连接的不仅仅是产品和客户，“她”还无时无刻地向客户传递着服务、商机、理念和关怀。

“她”是你和客户的连心桥、同心锁，随时随地影响、关怀和帮助着客户。

阅读《万金系一线》，助你迈入电话销售高手的行列。

——慧聪网销售总监 蔡卫华 电话销售贯穿于销售的整个生命周期，是所有销售活动不可或缺的重要一环。

深入地看，电话销售成功与否只是表象，根本还是销售之道，即为人之道。

作为训练技巧、标注重点的方法之书，《万金系一线》无疑是广大销售人员的必备手册。

同时，在掌握了种种销售之“术”以后，我更希望你能大而化之、触类旁通，窥一斑而见全貌，领悟销售之“道”，进入更加深厚的销售世界。

——用友审计软件销售总监 罗未 《万金系一线》是电话销售新人必备的参考书，同时也非常适合电话销售老兵学习和使用。

——中企动力增值业务部销售总监 管永胜 《万金系一线》是作者沉浸于电话销售行业多年的潜心之作。

如果你是电话销售的新手，你收获的将是突破电话销售各阶段障碍的有效方法：如果你是电话销售的老手，通过本书对电话销售技巧的系统梳理，你收获的将是一部攻城拔寨的实战兵法。

——智联招聘呼叫中心销售总监 张晨霞 《万金系一线》读起来有趣，用起来有效。

它能够帮助你解决通话前的准备、开场白的运用、客户需求的探询、产品推介的导入、客户异议的处理、促单成交的把握以及客户关系的维护等各个环节的困惑。

——三星电子中国总部大客户部销售总监 杨京奎

<<万金系一线>>

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>