

<<打出阳光业绩>>

图书基本信息

书名：<<打出阳光业绩>>

13位ISBN编号：9787115182869

10位ISBN编号：7115182868

出版时间：2008-8

出版时间：人民邮电出版社

作者：姚迪雷

页数：268

字数：240000

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>

## <<打出阳光业绩>>

### 内容概要

本书总结了数十位金牌电话销售人员的方法与经验，以电话销售场景与案例的形式讲述了销售过程中需要注意的问题与需要掌握的方法。

内容涉及电话销售的准备工作、突破秘书关、开发新客户、发掘潜在客户、电话约访、产品介绍、接听电话、应对拒绝、成交、服务跟进、针对不同类型的客户的沟通技巧等，旨在为销售人员提供抓住客户心理、获得客户认同、最终打动客户的实用方法。

本书适合电话销售人员、一般销售人员及销售主管使用。

## &lt;&lt;打出阳光业绩&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 课前热身操：拨打电话前的准备 第一节 明确电话沟通的目标 第二节 对方能“听”出你的姿态 第三节 做好电话沟通的准备工作 第四节 用备忘录牵引客户的思路 第五节 避免打追加电话 第六节 搜集和筛选目标客户资料 第七节 具备相应的专业知识 第八节 以积极、自信的心态对待每一个电话

第二章 通关高手：巧妙突破秘书关 第一节 这是一个值得接听的电话 第二节 感动接线员，变障碍为桥梁 第三节 直接摆高自己的姿态 第四节 以沉默气势突破难关 第五节 给对方一个“错误的前提暗示” 第六节 利用模糊资讯摆脱纠缠

第三章 给客户一个印象深刻的开场白 第一节 价值最能吸引客户 第二节 让客户知道你是谁 第三节 用“第三者”搭建起客户信任的“桥梁” 第四节 用开场白拉近双方的距离 第五节 借用其他企业的名气赢得信任 第六节 对你的客户直接说出你的名字

第四章 不打不相识：电话开发新客户 第一节 即使看不到对方，也要始终面带微笑 第二节 心急吃不了热豆腐 第三节 在适当的时候说适当的话 第四节 从客户感兴趣的话题入手建立关联度 第五节 肯定竞争对手的优点 第六节 专专心听客户讲话 第七节 通过问题设计把握会谈的节奏 第八节 阳光总在风雨后：赢得下次拜访的机会 第九节 在客户挂机后再收起你的笑容

第五章 了解客户的需求是销售的关键 第一节 探询并确定客户的需求 第二节 成功者善于提出好的问题，从而得到好的答案 第三节 破解客户隐藏于内心的真实需求 第四节 了解客户最需要的东西并给予满足 第五节 激发兴趣，创造客户需求 第六节 转变客户的需求标准 第七节 高成本意味着高收益 第八节 重复定律：让需求更清晰 第九节 构建出客户真正需求的清晰意象 第十节 倾听与询问是打开客户内心黑箱子的两把钥匙

第六章 您今天有空吗——电话约访 第一节 相同的事试着换一种表达方式 第二节 利用“台阶”取得预约 第三节 主动约定拜访的时间 第四节 迅速的行动可避免客户的一再推脱 第五节 耍点“阴谋”与客户电话约见

第七章 王婆的秘籍——产品介绍 第一节 你推销的是产品，而不是抽象的代码 第二节 客户只关注能给自己带来好处的产品 第三节 应用FAB技巧，让客户相信你的产品是最好的 第四节 把客户放在你做一切努力的核心位置上 第五节 你的产品是独一无二的 第六节 虚拟未来事件，向客户卖“构想” 第七节 利益解说策略 第八节 只给客户三个选择

第八章 不要冷落了你的客户——电话跟进 第一节 准确地叫出客户的名字 第二节 每次都让客户有所收获 第三节 勾起客户的好奇心理 第四节 客户沉默时，要有足够的耐心 第五节 听出对方的谈话重点 第六节 及时领会客户的意图，巧妙作出回应 第七节 潜入海底捞大鱼 第八节 找到客户顾虑的症结所在

第九章 接听电话是一门艺术 第一节 别急，先来个深呼吸 第二节 谁都有打错电话的时候 第三节 认真接听每一个电话 第四节 设法了解来电客户的相关信息

第十章 给常见的几个“怎么办”支招 第一节 客户不需要怎么办 第二节 客户不准备买了，怎么办 第三节 客户嫌贵怎么办 第四节 客户心存疑虑怎么办 第五节 客户挑衅性追问，怎么办 第六节 客户用竞争对手的优势来反问，怎么办 第七节 客户直接问价怎么办 第八节 打错电话怎么办

第十一章 灵活应对不同类型的客户 第一节 对偏重于理性的客户应多同意他们的观点 第二节 对反复无常型客户应趁热打铁 第三节 对吹毛求疵型客户应采取迂回战术 第四节 对个性稳重的客户应小心谨慎 第五节 对果断型的客户要善用诱导法 第六节 对爱面子的客户，适时冒险采用讥讽的方式 第七节 对态度冷淡的客户要用情感去感化 第八节 用故事赢得挑剔、谨慎的客户的认可

第十二章 报价——谈判成败的焦点 第一节 在行家面前报价不可太高 第二节 切勿在报价上耍小聪明 第三节 在价格谈判上争取达到双赢 第四节 爱上客户的讨价还价 第五节 先大后小，刺激购买欲望 第六节 一分价钱一分货

第十三章 用心打动客户的十方略 第一节 用赞赏打动客户 第二节 什么都可以少，唯独幽默不能少 第三节 客户不是购买商品，而是购买推销商品的人 第四节 找到问题的源头 第五节 不要问事先不知道答案的问题 第六节 突破思维定式，巧用替代法 第七节 把话说到点子上，刺激客户的购买欲 第八节 换一种推销方式 第九节 接受产品就是一种获得 第十节 根据客户需求进行推销

第十四章 谈判桌上论英雄 第一节 谈判桌上只能有一个笨蛋，那就是自己 第二节 把让步转化为进攻手段 第三节 充分挖掘客户的购买潜力 第四节 请对方先亮出底牌 第五节 “假定……将会……” 第六节 欲擒故纵之适时告退 第七节 给成交保留一定余地

第十五章 步步为营的成交技巧 第一节 假定成交法 第二节 同理心成交法 第三节 从众心理成交法 第四节 误听试探成交法 第五节 最后期限成交法 第六节 步步为营成交法 第七节 哀兵策略成交法 第八节 从客户的言谈中捕捉成交信号 第九节 不说不该说的话

第十六章 客户关系的建立与维护 第一节 不要轻易做出承诺 第

<<打出阳光业绩>>

二节 对卖出的产品负责到底 第三节 主动让利，追求长期合作 第四节 老客户往往可以帮助你完成销售定额 第五节 别忘记给客户打一个周全的售后跟踪电话 第六节 时常采取客户回访方式与客户建立关系 第七节 客户身边的每一个人都是重要人物 第八节 用合作的态度避免争执 第九节 关注客户的情感

## &lt;&lt;打出阳光业绩&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 课前热身操：拨打电话前的准备 第一节 明确电话沟通的目标 【场景适用】  
打电话之前。

【应对技巧】 在打电话之前做好充分准备，明确自己打电话的目标以及目标如何实现。

【典型案例】 小陈是某公司的电话销售人员。

他曾给一家大型公司的刘总打过无数次电话推销自己的产品，但每次打电话刘总都不在。当他再次拨打了刘总的电话时，也想当然地认为刘总还是不在。

小陈：“您好，麻烦您找一下刘总。

” 客户：“我就是，请问你是哪位？

” （小李听到话筒的那边就是刘总，他便紧张起来，他根本没有想到会是刘总接的电话。

） 小陈：“啊……啊……您就是刘总啊，我是XX公司的小陈，我打电话给您就是，啊。就是...  
...” （小陈这时已经语无伦次，因为他不知道该讲什么，也不知道该问些什么问题，因为他不知道自己打电话的目标是什么。

） 刘总：“我现在正忙着，回头再联系。

” 【方案解读】 很多销售人员对拨打电话前的准备工作都不以为然，他们更愿意将时间花在与客户的沟通上。

事实上，有了充分的准备，明确了自己打电话的目标，往往会达到事半功倍的效果。

如果你没有把准备工作做好，不照着靶子射箭，那么结果可能就会像上面那个例子一样，使电话沟通以失败而告终。

打电话前首先要确定电话沟通的目标，以目标为导向。

确定打电话的目标通常应遵循以下原则。

## <<打出阳光业绩>>

### 媒体关注与评论

推销的要点不是推销商品，而是推销自己。

——乔·吉拉德 没有商品这样的东西。

顾客真正购买的不是商品，而是解决问题的办法。

——特德·莱维特 不要过度承诺，但要超值交付。

——戴尔 任何东西本身皆具有说服力，要善用物品的说服力。

——松下幸之助 打电话约见准客户，应该让对方觉得有必要见你一面。

倘若做不到这一点，至少也要准客户对你的拜访感兴趣才成，这是约见的基本准则。

——原一平 一项成功的推销要使你的推销对象对你、你的公司和你的产品树立起一定的信心

。

——金克拉

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>