

<<一线万金>>

图书基本信息

书名：<<一线万金>>

13位ISBN编号：9787121173479

10位ISBN编号：7121173476

出版时间：2012-9

出版时间：电子工业出版社

作者：影响力商学院

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>

<<一线万金>>

内容概要

本书是“影响力思想库·顶尖销售系列”之一。

本书紧紧围绕电话销售人员的职位要求，按照电话销售工作的七个流程：前期准备、“说”好开场白、识别客户需求、成功进行产品推介、适时跟进、顺利成交和做好售后服务，配以大量的实战案例，详细阐述了在电话销售过程中，电话销售人员必须掌握的销售技巧。

本书是一本非常实用的销售工具书和培训手册，既适合作为电话销售人员的培训教材，也适合准备从事电话销售职业的人士进行参考。

作者简介

易发久，影响力教育训练集团董事长，中国培训协会理事长，上海江西商会副会长，上海市演讲学研究会常务理事、培训专业委员会主任，“中国培训论坛”组委会执行主席，影响力商学院院长，上海师范大学教授。

图书作品：《领袖的风采》、《基本功》、《不是不可能》、《成功一定有方法》、《易发久九大管理理念系列》（共9册）等。

音像作品：《领袖的风采》、《卓越团队共同理念》、《学习改变命运》、《双赢的沟通——同理心》、《有梦就会实现》、《决定你一生的21个信念》、《如何规划成功人生》、《创造力训练——头脑风暴》。

<<一线万金>>

书籍目录

第1阶 前期准备是关键1

1.1 电话销售人员必备的“三心五态”2

工具 正确销售态度测试表8

案例讨论 刘小姐长舒了一口气8

1.2 塑造积极心态的7种方法9

工具 积极心态与消极心态对照表14

案例讨论 夏目志郎是这样做准备的14

1.3 寻找客户名录的6种方法15

工具 寻找潜在客户的能力测试表19

案例讨论 为何勤奋而没有业绩19

本章小结20

第2阶 “说”好开场白21

2.1 增加声音魅力的6个要点22

工具 声音魅力测试表26

案例讨论 电话销售人员的3种语速27

2.2 20秒抓住客户的6种开场白28

工具 电话成功开场白测试表32

案例讨论 某公司电话销售人员的开场白33

2.3 绕开电话障碍的8个策略34

工具 与接线人互动关系测试表39

案例讨论 怎样找到老总40

本章小结41

第3阶 识别客户需求42

3.1 识别客户需求的6个关键步骤43

工具 识别大客户需求的SPIN提问模式48

案例讨论 节电设备的电话推销48

3.2 判断客户的性格类型49

工具 CSMP性格管理工具53

案例讨论 这样说服才有效54

3.3 识别客户需求的2个技巧55

工具 倾听与回应能力测试表60

案例讨论 巧妙探询刘经理的需求60

本章小结62

第4阶 成功进行产品推介63

4.1 产品推介前的准备工作64

工具 产品知识了解程度调查表69

案例讨论 产品推介时机不对怎么办69

4.2 产品解说的2个主要方法70

工具 产品与主要竞品的卖点对比表74

案例讨论 卖点“吉利数字”75

4.3 推介产品的6个技巧76

工具 产品推介技巧测试表82

案例讨论 节能马桶产品推介83

4.4 产品推介中的5个注意事项84

工具 产品推介误区测试表88

<<一线万金>>

案例讨论 客户为什么生气88
本章小结89
第5阶 适时跟进90
5.1 客户有需求时的跟进91
工具 客户信息数据库补充信息96
案例讨论 谁是关键人物96
5.2 不同客户的跟进策略98
工具 客户跟进能力调查表102
案例讨论 李大鹏是这样跟进决策人的103
5.3 有效跟进客户的5个技巧104
工具 跟进客户计划表109
案例讨论 客户中途为何选择其他供应商109
本章小结110
第6阶 顺利成交111
6.1 处理客户异议的7种方法112
工具 客户常见异议及其处理方法116
案例讨论 客户为什么拒绝117
6.2 应对提出拒绝的5类客户118
工具 应对客户拒绝能力调查表122
案例讨论 客户说不需要123
6.3 提出成交请求的6个时机124
工具 捕捉成交时能力调查表128
案例讨论 识别购买信号128
6.4 8种成交法129
工具 电话销售促成技巧的比较分析135
案例讨论 步步为营，促成订单135
本章小结137
第7阶 做好售后服务138
7.1 成交后的跟进策略139
工具 老客户跟进表143
案例讨论 建立软联系143
7.2 处理客户抱怨的5个关键环节144
工具 客户抱怨处理记录表149
案例讨论 如此平息不满149
7.3 与客户建立长期关系的7种有效工具150
工具 成交后跟进电话的一般流程表156
案例讨论 放长线，钓大鱼156
本章小结157
后记158
参考文献160

<<一线万金>>

章节摘录

版权页：插图：客户：我是，您是哪位？

电话销售人员：王经理，我是小李，李维一，前几天跟您联系过，我对您的印象很深。

客户：哦，你是中关村人才市场的，是吗？

电话销售人员：王经理，谢谢您还记得我。

我今天特意打电话来，是有一个好消息要告诉您。

客户：什么好消息？

电话销售人员：上次我和您交谈后，我知道您现在最缺的是市场营销方面的人才，刚好本周五有一个市场营销人才的专场招聘会，所以请王经理认真考虑一下，看看销售部门是否需要补充新鲜血液，无论如何我都尊重您的选择。

客户：这样吧，你发一份传真过来，我看看再说，好吗？电话销售人员：当然可以，不过，我想请教一下，王经理是真的需要考虑，还是委婉地拒绝我，因为我这个人比较爽快，我希望听到您真实的答复。

客户：我会和销售部经理商量一下再说，如果需要的话，一定和你联系。

电话销售人员：非常感谢您！

王经理！

我马上发传真给您，请问您的传真号码是？

客户：××××××在这个案例中，电话销售人员在第一次通话时就记住了客户的一些重要信息，在第二次通话中巧妙地再次提起这些信息，让客户有一种被尊重和被重视的感觉，使他们接下来的谈话非常愉快。

当客户提出要一份资料先看看时，这时电话销售人员大胆地要求客户给出真实的答复，从中了解客户的真实意愿，而确定下一步是否值得花时间跟进。

（2）重新评估客户 这包括重估客户的购买需要和动机、客户购买行为的再探讨、准客户条件的再审查、客户拒买理由的再分析等。

尤其最后一项，更需了解清楚。

例如，客户若因一时手头拮据而无其他拒买理由时，电话销售人员就只得再跟进回访，继续保持联系，以期在客户资金状况发生改变时还有成交的机会。

再如，电话销售人员若发现客户对产品或服务的兴趣较大，只是希望在某些障碍（如交货期、包装、付款条件等）消除后再做商谈。

那么也可考虑继续进行跟进，设法突破障碍，实现成交。

对于跟进前的再评估客户这一环节，电话销售人员不能过于主观，更不宜太过于情绪化，而是要客观分析、理智判断。

如果个人的修养和经验不足以应付，不妨请求他人，必要时可直接向客户求教，有时会收到意想不到的效果。

<<一线万金>>

编辑推荐

《一线万金:电话销售的7阶秘诀(修订版)》是一本非常实用的销售工具书和培训手册,既适合作为电话销售人员的培训教材,也适合准备从事电话销售职业的人士进行参考。

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>