第一图书网, tushu007.com

<<每天知道点处理客户异议技巧>>

图书基本信息

书名：<<每天知道点处理客户异议技巧>>

13位ISBN编号：9787229030582

10位ISBN编号：7229030587

出版时间：2010-11

出版时间：张超 重庆出版集团，重庆出版社 (2010-11出版)

作者：张超

页数：245

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

销售的世界，是神秘的也是透明的。
神秘是因为有许多销售人员不知道怎么才能做好销售，他们努力了，结果却总令人沮丧，得到的和付出的不成正比；透明是因为在当今信息爆炸的年代，你的客户都是公开的，你的业绩也是透明的。
在销售工作中，许多销售人员都有这样一种深刻的体会：销售行业是容易创造奇迹的黄金领域，但是销售人员又为此常常感到迷惘和困惑：为什么大多数买房者只看不买？
为什么我越殷勤，客户越疏远？
为什么我的工作做得这么到位，客户还是挑三拣四？
为什么产品与客户要求差不多，客户还总在犹豫？
为什么好不容易要达成的交易，在即将成交时客户却突然变卦？
为什么别人的业绩总比我高？
为什么做销售人员这么难？
总之，你为什么总有这么多的异议？

内容概要

《每天知道点处理客户异议技巧》是一本销售实践和处理客户异议策略完美结合的实用工具书，对销售人员在销售过程中的不同阶段、消费者的不同心理以及销售人员应该怎么去面对客户等方面都作了详细的介绍，并给予了战略战术方面的指导。
相信不管是销售老兵还是销售新人，都能从中体会到新的、有价值的实战技巧。
在销售中，你要想提升你的销售业绩，就一定要懂得察言、观色、攻心，正确处理客户异议，真正明白心理学对销售的重要性，从而让自己成为销售行业中的一名佼佼者。

作者简介

张超，现任全球最大的中文搜索引擎百度公司培训主管。
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。
主要培训领域：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。
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。

书籍目录

第一章 让异议助你迈进一步一掌握客户异议背后的成交信息拒绝改变的客户：激发他的消费意愿／3抱有成见的客户：从他看好的产品谈起／8没有预算的客户：攻心为上／13抱有隐藏式异议的客户：深入挖掘他的个性化需求／17先热后冷的客户：审视自身的销售方式／22第二章 寻求客户的心理认同——让客户感觉你与他站在同一立场步步引导，深入挖掘客户的真正需求／29论点置换，用客户的观点说服客户／34巧妙提问，尽量让客户用“是”来回答你的问题／40抽丝剥茧，弄清客户面具下的真正表情／45放眼前瞻，为客户描绘～幅美妙远景／50第三章 每种异议都不是无懈可击一寻找解决异议的突破点拖延型异议：给客户承诺与信心／57掩饰型异议：为客户提供可行性建议／62挑战型异议：用专项技术说服他／67疑问型异议：抓住购买意向做最实用的产品介绍／73限制型异议：让客户看清投资回报／79第四章 原则是最巧妙的方法——处理客户异议必须遵循的五个原则给客户留足“面子”／87永远不要跟客户争论／92认同客户的感受／96价值合起来先说，价格分开来后讲／102降价要有条件／107第五章 寻找最佳发力点——把握处理客户异议的黄金时机察言观色，异议未提出前拿出解决方案／115客户犹豫不决时，找出决策者／120客户特殊情况时，让他知道你可以解决／125竞争产品出现时，不要提它但针对它的缺点销售／130购买时机不对时，开发客户的心理需求／135第六章 经典方法PK常见异议——处理客户异议的有效策略运用转化法处理客户的价格型异议／143用合并意见法处理客户的需求型异议／148用询问法处理客户的购买权利型异议／153用转折法处理客户的购买财力型异议／1弱用反驳法处理客户的批评型异议／161用以优补劣法处理客户的客观型异议／166用忽视法处理客户的抱怨型异议／171用演示法处理客户的沉默型异议／175第七章 妙用边缘信息解难题——与客户接触中的观人术摸清客户的情绪／183看衣着，摸底细／189找准喜好，巧妙推荐／193大胆试探，弄清客户的心理底线／198引顾客提问，把握其心理／203讲究语言技巧，化解客户的心理疑虑／208听之有道，从只言片语中找出关键信息／213第八章 欲善其事先利其器——处理客户异议必须掌握的五项技能掌握适用本行业的应对话术／221巧言细辨，找出假性异议／226观察那些可以达成交易的信号灯／231做个完美的倾听者／236像了解自己一样了解竞争对手／241

章节摘录

插图：当客户感觉愉快、感到受重视时，他就会留久一点，并愿意购买更多的产品或服务。
当客户感觉受到威胁或不安全时，他会迅速地离开现场，让自己回到安全的范围内。
所以，当客户对你的产品和服务有疑虑时，只解决问题是没有用的，要懂得如何安抚客户情绪，销售人员要直接与客户的情绪对话，真正了解客户的心声与需求，并对此做出回应。
在关注的过程中，学会运用问题，用聆听而不是用说明和陈述一步步引导客户自己做出决定。
沟通的关键在于对方得到的信息是什么，要善用我们的非语言沟通因素影响客户做出他“自己”的选择。
第二。
不要过度承诺，要诚实感性陈述购买和“画大饼”后的结果很简单，但不要忘记，对于自己的需求，客户是最清楚的。
过度的承诺，只会提高客户的心理期望值，让客户对产品和服务的期望值过高。
一旦产品、服务中有些瑕疵，就会给客户造成不好的印象，从而影响客户的重复交叉购买，也会影响产品在市场中的口碑。
恰当的做法是：了解客户的购买清单，通过聆听与提问明确客户的采购标准，尽量满足客户的需要，同时可强调其中某一些独特的优势会给客户带来的实际利益与心理优越感。
诚实感性的意思是在销售过程中，当客户提出一些没有明显答案、见仁见智的问题时，这就要求我们懂得用同理心去理解客户的立场、想法与希望，并设法对客户的购买需求给予满足。
第三。
适度地影响客户而不是总是等待有时候，客户的购买也需要有一个人在背后坚定地“推”他一把，鼓励他去尝试新事物，发挥自己的潜能。

编辑推荐

《每天知道点处理客户异议技巧》编辑推荐：消除客户异议，让您在销售领域脱颖而出!每天知一点，每天在进步。
熟读《每天知道点处理客户异议技巧》，将使您从容地面对客户提出的各种异议和挑战，品尝到付出艰辛努力之后所带来的成功喜悦和快感，打造出属于自己的一片天地，不断地向销售大师创造的销售纪录迈进！

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