<<中国家具王牌销售>>

图书基本信息

书名：<<中国家具王牌销售>>

13位ISBN编号：9787502943202

10位ISBN编号：750294320X

出版时间：2007-5

出版时间：气象

作者：赵龙

页数：209

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>

<<中国家具王牌销售>>

前言

我最不喜欢把商场竞争说成“腥风血雨”，我一直认为商场充满着美丽。为此，我写过一本魅力营销的书《情境终端》；我最不喜欢“包装”品牌，因为品牌不是“包装”出来的，品牌是有生命的，品牌成长是生物现象而不是物理现象，为此，我又写过一本《品牌成长战略》，道出品牌成长的奥秘。

我最不喜欢把销售员称为导购，我一直以为能够把美好的家具传递到憧憬新生活的消费者手中的人，应该称她们为“天使”。

传递生活之大美的使者不是“天使”是什么呢？既然是“天使”，就要学会与美丽对话，就要学会憧憬美好生活，就要能够解读家具之美……我有过一次亲身的经历。

一次，去一家酒店吃饭。

看到一位服务小姐写菜单端盘子非常熟练，便问她月收入多少？她告诉我，月收入600元。

我问她：“为什么不去卖家具？卖家具的导购一个月能收入2000—3000元”。

她不屑地说：“卖家具？没档次”。

我是从给曲美家具公司作营销策划开始了解家具行业的。

以前，我也认为家具行业“没什么文化没什么档次”、我们家具行业的老板也常常戏言自己“没有文化”。

但是，当我推开这扇行业之门仔细审视这里的一切时，我惊喜地发现这是一个充满视觉美感，充满设计畅想，充满空间妙趣的世界。

我开始喜欢这个行业，开始为他做咨询服务，并且一做就是七年。

但是，在这漫漫七年中，我时时回想起这个端盘子姑娘对我们导购职业的评语。

当然，中国是饮食文化的泱泱大国，中国的饮食文化博大精深。

但是，这泱泱的饮食文化又有多少酒店能像“全聚德”一样把文化品位端出来呢？家具文化同样是源远流长。

单单从设计而言，自古除了建筑设计就数家具设计了，从工业设计到灯光规划，从材料规划到色彩搭配，从人体工程学到睡眠文化，简直是一本生活的百科，是一本生活的历史……不是因为家具里面没有美丽，而是因为我们没有发现美丽，不是因为卖家具没有品位，而是因为我们没有卖出品位，而是因为我们没有明星把行业魅力告知社会……假如，没有贝克汉姆和齐达内，能有那么多疯狂的球迷吗？假如，没有姚明，能有那么多中国的NBA篮球爱好者吗？假如，没有李素丽，能有人认识到公交车的售票员也会如此懂得服务艺术吗？家具行业缺少明星！家具行业需要“王牌销售”来培养明星！当然，成为明星的道路是漫长的，但是，我希望《中国家具王牌销售》能成为你通往销售明星之路的阶梯！为了攀登这一销售“巅峰”，我们公司“王牌销售”课题组采集中外家具销售经验的精髓，总结七年来营销咨询培训的经验和体会，把销售冠军的成长历程分为三个阶段——准备、加强、终极。从准备阶段的性格摸底，加强阶段的技巧归纳，终极阶段的方法告知，对销售全过程进行解剖，每个关键点都告诉你操作方法，每个疑难问题都提供解决方案。

掌握他们，就等于“天使”长上了翅膀！家具产品中有无数靓丽的元素、美妙的音符和视觉空间的享受需要天使播撒到千家万户……北京国富纵横管理咨询有限公司总裁 赵龙 2007年春于北京

<<中国家具王牌销售>>

内容概要

《中国家具王牌销售》介绍了家具王牌销售的三个阶段；着重探讨了五步沟通法，教授怎样做到：一笑、二看、三听、四问、五赞；如何有效运用销售十计；怎么把握家具销售的六个关键时刻；面对“问题顾客”，怎样从其心理入手解决问题等。

在总结数十位导购人员经验，调查数百位消费者心理状况的基础上，作者从不同地域、不同人群，不同消费习惯入手，精辟地分析了消费者的心理动向以及导购与其沟通方式等。

本书既可作为导购人员的培训教材，也可作为广大导购人员的参考书。

<<中国家具王牌销售>>

书籍目录

序天使的翅膀第一章 你适合卖家具吗?人人能当销售冠军!性格鲜果测试香蕉型：家具卖场的智慧果荔枝型：家具卖场的艺术家橘子型：家具卖场的阳光天使红苹果型：家具卖场的实干先锋芒果型：家具卖场的自信使者西瓜型：家具卖场的亲和使者紫葡萄型：家具卖场的乐天派樱桃型：家具卖场的感性精灵菠萝型：家具卖场的逻辑高手王牌销售必备性格与素养王牌销售职业性格王牌销售必备素养从导购成为王牌销售“早起的鸟儿有虫吃”贵在坚持每天进步“一点点”笑容可以增加你的“面值”热爱自己的职业成为王牌销售的三个阶段第二章 行家销售才能打动顾客成为王牌销售的准备阶段死记硬背法，让你成为产品专家成为产品专家的三步法找准竞争对手，了解竞争对手判断是否是竞争对手的主要因素了解竞争对手的情况获得竞争对手资料的方法如何面对顾客的比较主动比较，突出优势人无我有，强调独特以情动人法如何通过与非竞争对手比较促进销售第三章 让顾客跟着你走成为王牌销售的加强阶段洞察顾客心理，按下消费“按钮”“三怕三想”，揭开顾客购买家具的心态顾客心理大盘点顾客需要什么就卖给他什么最佳目标：瞄准两个高峰人群三位五步沟通法巧妙接近顾客沟通入位法五步沟通一笑\二看\三听\四问\五赞沟通体位法30秒你给顾客留下什么沟通定位法角色定位永远站在顾客一边第一步：微笑让她增加你的“面值”第二步：聆听找准顾客需求的航标第三步：发问使人欲罢不能的沟通利器第四步：赞美打开顾客心扉的金钥匙第五步：细节触动顾客内心的冲击波销售十计轻松赢得顾客第一计：低位介入计“傻”一点，让顾客更满足第二计：田忌赛马计“比较优势”取胜法，你学会了吗?第三计：小锤击球计百折不挠，撞响顾客心中的铁球第四计：顾客拍板计“上帝”的决定才是真的决定第五计：重拳出击计顾客徘徊“一声吼”，该出口时就出口第六计：借势推销计波音747，你听说过吗?第七计：姓名拉近计明天的明天，你还能记住多少顾客的名字?第八计：富矿挖掘计销售250原则，轻松获得250倍的财富第九计：见风使舵计把握时机促成交易第十计：价格拆分计 $100000=5=1+1+1+1+1$ ，我不是在做梦吧第四章 给成功做加法成为王牌销售的终极阶段“ $6-1=0$ ”家具销售关键时刻一个也不能少最简单的事往往是最难做的事家具销售关键时刻一：顾客经过店门的那一刻站着不动永远赚不到钱家具销售关键四时刻二：恰当接近顾客，了解顾客需求三天后顾客还记得你吗?家具销售关键时刻三：把握顾客逗留时刻，让他记住你别当“糊涂的鳄鱼”家具销售关键时刻四：顾客重复认知时刻一片鹅毛的“力量”家具销售关键时刻五：把握成交前的一分钟，促成交易一个详细的记录+三个有效的电话=二十五笔交易家具销售关键时刻六：推销在成交之后如何面对突发难题，销售冠军化险为夷顾客挑出产品毛病“问题顾客”捣乱顾客对家具款式和颜色提不起兴趣顾客觉得价格高环境转换：商场销售与专卖店销售商场顾客PK专卖店顾客商场“三板斧”VS专卖店“三要诀”导购就是企业形象代言人第五章 知识有“库存”，销售无库存你必须知道的家具知识家具基础知识，你的立足之本熟知家具的种类熟知每种木材的特点熟知不同家具的保养方法注重家具摆放，练好“杀手锏”家具卖场摆放家具室内摆放家具摆放风水要点提升家居品位，打出“组合拳”熟知家具风格了解色彩搭配

<<中国家具王牌销售>>

章节摘录

十年如一日的热情 销售热情可以很好带动顾客的购买情绪，这点容易理解也容易短期做到，但贵在持之以恒。

十年，3650天，销售冠军可以天天对待从第一位顾客到最后一位顾客都一样地热情；同样的家具言辞在讲数万遍后仍能饱含激情；天天进出的家具卖场每天都可以保持第一天刚来的兴奋心情。

所以他们的业绩独占鳌头，你做到了吗？

推心置腹的真诚 买家具不是买矿泉水，需要货比三家才能形成购买意向。

如何在顾客的选择中占有一席之地，家具的款式和导购的真诚是重要的影响因素。

销售冠军将每一位顾客都看作是自己的亲朋好友，真诚根据顾客的需要提出自己的意见和看法，所以在其他导购那里很少说出的“不适合”，会成为销售冠军真诚的标志。

现在的你够真诚吗？越挫越勇的坚韧 销售好比一个战场，没有战无不胜的神话，只有屡败屡战的传奇。

销售冠军就是在不断失败中磨炼出来的，但他们贵在有坚持的韧性，有继续奋斗的执著精神。

他们将每一次失败都视为成功的前奏，将每一位给予挫折的顾客都视为走向成功的向导，所以他们成功了。

你有足够的坚韧和勇气吗？随机应变的灵活 顾客千千万，在热情对待每一位顾客的同时，你必定会碰到很多意想不到的事情，成为成交路上的绊脚石。

而王牌销售则不畏困难，迎难而上，运用自己的智慧和别人的成功经验灵活应对。

所谓解决50%困难的导购是优秀的导购，解决100%困难的导购则是销售冠军。

你能努力做到吗？绝对吃苦耐劳 销售本身就是一个吃苦的行业，家具销售也是如此。

天天为家具做卫生，天天绕着卖场不知走多少遍，天天重复着同样的言辞，天天隐藏着自己的情绪而笑脸相迎顾客，但仍然心甘情愿。

没有节假日、没有定点的进餐时间、没有出去玩的机会，但无怨无悔。

销售冠军做到了，那你呢？看过王牌销售的性格后，是不是找到了自己需要努力的目标了呢？心急的您可能要问了，除此之外，我还要在哪些方面下功夫呢？让我来告诉你吧，是你的内在素养！因为性格是你待人接物的外在表现，而素养是你的内在魅力。

要想成为真正的销售冠军，你必须内外兼修！专业力专业是家具导购人员的必备素养，是与其他非行业人员的重要区别，是日后构建一切技能的基础。

每一位销售冠军都拥有过人的专业知识，他们不仅了解本品牌的发展历史、风格特色、生产流程、工艺结构，还了解竞争对手的优劣势和发展动向；不仅将家具的基础知识铭记于心，还对消费者的心理有十足的把握；不仅拥有过硬的沟通技能，还能将销售技巧发挥到极致。

所以专业素养是王牌销售的第一项必备素养。

具体来说，家具销售人员应该具备以下六方面的专业知识：亲和力 亲和力是与人相处的“魔石”，它可以像磁石一样吸引着每一位在场的顾客，并有效弱化他的排斥力，将其磁化。

王牌销售的亲和力更是无法抵挡，他的这种魅力将迅速获得顾客信任，获取促进销售的有效信息。

诚信力 诚信是维系销售与顾客关系的纽带，是塑造企业形象的桥梁，是增加卖场销量的基石。

销售冠军深知诚信的份量，于是在与顾客推心置腹的交谈中，将真诚化为万能的诚信力，为销售业绩保驾护航！沟通力 沟通是获知消费者需求的重要渠道，是推荐本品牌家具的有效途径。

王牌销售的沟通能力都非同一般，他可以把不买的人说得蠢蠢欲动，想买的人欲罢不能。

你说他不做销售冠军还能有谁呢？8-11

<<中国家具王牌销售>>

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>