第一图书网, tushu007.com

<<销售电话应该这样打>>

图书基本信息

书名：<<销售电话应该这样打>>

13位ISBN编号：9787506450393

10位ISBN编号：7506450399

出版时间：2008-11

出版时间：中国纺织出版社

作者：张兵

页数：256

字数：202000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

以销售为目的的电话，跟与亲朋交流寒喧的电话截然不同。
打电话——特别是带有鲜明目的的电话，作为刚刚入行的销售人员每天的“功课”，往往让新销售人员心慌气短不知其可。
而一些有经验的老销售员，也会在电话沟通过程中走入常见的误区而不自知。
本书面向广大销售人员，内容涵盖了销售电话的步骤和细节，包括通话前的准备、沟通的程序、回访的细节、语言风格的形成以及电话销售工作中的心理调适等，能够帮助销售人员正确认识销售电话的内涵，并掌握销售电话的运用方法，从而获得业绩的迅速增长。

<<销售电话应该这样打>>

书籍目录

第1部分 通话前准备篇　第一章 武装头脑 提高成交的概率　电话销售者必须设法提高成交概率　把握成功概率，撒网“捉到”客户　第二章 未雨绸缪 知己知彼百战不殆　做你自己的客户：了解产品从自己开始　磨刀不误砍柴工：了解你的顾客　了解你的竞争对手　做得比竞争对手还要好　拿起话机小贴士　第三章 有的放矢 给潜在客户分类　条件不同，类型有别　潜在客户红苹果分类法　第四章 各个击破 个性化的销售策略　接线员不是障碍：想找到公主，就要宫女引路　掌握突破接待人员的技巧和要点　应对强势秘书的话术第2部分 电话沟通步骤篇　第五章 一语中的 初次电话引起兴趣　通过30秒测试，你才是合格的销售者　如何通过销售开场的30秒　第六章 紧跟不舍 有限时间消除疑虑　给客户一个购买理由，才能取得信任　打开客户的“心防”，才能打开销路　消除客户顾虑，才能促使客户下订单　巧妙处理小插曲，才能打消疑虑　第七章 一气呵成 迅速促成购买行动　把握成交的适当时机，及时促成购买　了解客户购买信号，把握成交时机　掌握成交技巧，巧妙地为客户下订单　成交过程中需要注意的几件事　第八章 强化服务 成交之后继续维护　可怕的“漏斗”现象　服务老客户的技巧　用“心”留人才有效　从老客户那里“挖金”第3部分 电话访问细节篇　第九章 巧妙提问 获取信息需要动脑　选择适当的提问方法　提问时需要注意的几个方面　第十章 理解万岁 倾听胜于夸夸其谈　高水平的倾听，才有高效率的销售　态度摆正，才能做到有效倾听　倾听时，你需要做到的　倾听时，你不能做的　第十一章 心理趋同 有效拉近客户距离　让同理心缩短你和客户的距离　站在给客户提供价值的角度设计对话　运用同理心的注意事项　第十二章 将心比心 正确处理客户抱怨　会抱怨的客户是好客户　处理客户抱怨的黄金步骤　处理抱怨的两条法则　电话抱怨的处理技巧　应对客户抱怨的心理情绪准备　处理客户抱怨的禁忌第4部分 语言风格练习篇　第十三章 以“礼”服人最重要的三个礼节　打电话的礼节　电话交谈的礼仪　挂电话的礼节　第十四章 妙语连珠 科学塑造语言魅力　声音的魅力来自哪里　塑造你的声音　第十五章 趁热打铁 及时把握跟进时机　跟进时机的选择　跟进技巧不可忽视第5部分 沟通技巧练习篇　第十六章 投石问路 开场白练习四情景　经典开场白之一：汤姆的电话之旅　经典开场白之二：王宁寻找客户　经典开场白之三：将错就错，赢得客户　经典开场白之四：故意打错电话的乔。
吉拉德　第十七章 步步为营 层进式提问的方法　分阶段提问的层进式引导　第十八章 锣鼓听音 分析客户心理练习　不同话语显示不同的客户心理　四类客户的心理剖析　第十九章 兵来将挡 接听电话技巧练习　随时准备接听电话　找个时间回电话　每个电话都有价值　代接电话时你应怎样做　注意接电话的细节　妥善处理电话留言　私人电话怎样接　电话结束时的注意事项　第二十章 收放自如 七招控制情绪技巧　情绪决定成败　七大妙招让坏情绪走远　了解自己的情绪周期第6部分 追求卓越心理篇　第廿一章 信心是冲出红海的帆　信心是你的销售主宰　信心需要寻找　谁偷走了你的信心　培养自信的几种方法　生活中建立信心的技巧　第廿二章 勇气是攻坚的第一炮　没有勇气就没有成功　如何对客户的拒绝说“不”　用行动培养勇气　第廿三章 韧性是前进的发动机　韧性是对成功耐心的等待　韧性是永不言败的气质　你应当怎样去坚持　第廿四章 诚信是成功的安全阀　诚实是一种勇气　给你一个诚实的理由　诚实对于客户意味着什么　做让人信任的事而不是愚蠢的事　一个诚实的销售人员应该做到的几件事　第廿五章 热情是事业的加速器　只有划燃火柴，才能点燃蜡烛　把热情变成习惯　第廿六章 创新是成功的拐点　改变思维，别做正常的“傻瓜”　创新思维的几种形式　想要创新才能去创新参考文献

章节摘录

第六章　紧跟不舍有限时间消除疑虑给客户一个购买理由，才能取得信任一位母亲走进商店，准备为她8岁大的女儿买脚踏车。
如果你是销售人员，你就要了解或者说知道她在找什么，她需要什么。
你要清楚地知道，她买的不只是一辆脚踏车，还是一种与女儿分享快乐的体验：教她的女儿如何骑车，就像她的母亲在她年幼时教她骑车一样。
可以说，这位母亲是在找寻一个值得一生怀念的美丽回忆，一个可以与女儿怀念一生的时刻。
当然，这还会带给女儿一份喜悦。
如果你认识到这些，你肯定不会卖给这位母亲最高级、你可以赚得最大利润的脚踏车，而是更适合小孩子用的车。
并且，你在进行销售解说时，可以准确地说出客户购买的理由，打开她的心扉。
当这位母亲了解到你不是只推销产品给她，而是在为她着想时，她就会信任你，成为你的忠实客户。
也许，几年后，她的女儿又需要一辆新的脚踏车，那时她还会想到你。
只有给客户一个购买理由，才能把产品更多、更快地卖给客户。
但要想给客户一个正中下怀的购买理由，你首先需要了解客户的需求。
因为向对方推销他们所需要的东西，要比说服对方来买你所要推销的东西容易得多，而满足客户的需要无异于满足自身追逐利润的需要。
对于这点，下面的销售员小王做到了：小王在一家著名纯净水公司做销售。
虽然饮用水市场的竞争非常激烈，但是小王的战绩却出奇的好。

编辑推荐

《销售电话应该这样打》由中国纺织出版社出版。
学习销售知识；掌握电话技巧；获得业绩增长。

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