

<<直销员销售口才情景训练>>

图书基本信息

书名：<<直销员销售口才情景训练>>

13位ISBN编号：9787506458542

10位ISBN编号：7506458543

出版时间：2009-9

出版时间：中国纺织出版社

作者：张智清

页数：237

字数：171000

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>

<<直销员销售口才情景训练>>

前言

随着全球经济化的不断成熟，中国营销市场逐渐被带入国际化经济环境当中，多种新兴商业模式纷纷冲破旧有的传统营销壁垒，中国营销市场进入一个全面发展的新时代。

直销，这个几乎遍及了全球所有市场经济成熟和发达国家的商业配销方式，开始以势不可挡的势力席卷而来，成为中国营销市场中一股强有力的新生力量，而这一产业中，也涌进了大批优秀人才，投身直销业的人开始越来越多。

但是，因为人们传统思想的存在，直销业还没有被所有的国人真正了解和认识，于是，在信心十足地闯进直销大军之后，多数寻梦人不仅没能树立起傲人的辉煌业绩，反而遭遇到了前所未有的挫败和辛酸，面对白眼、冷落、拒之门外、恶言以对，他们中的不少人开始退缩、动摇、泄气，当初的宏图大志变得不值一提，曾经的梦想更是遥不可及，一部分人被这样就此打倒了。

然而仍然有一些人，在这场开拓战中成了往而不胜的成功者。

那么，同样是最初的雄心勃勃，但是为什么会在之后有如此大的落差呢？

可以肯定的是，直销员们都有着一股十足的干劲儿，但是直销不是拼体力，它不仅需要直销员具备良好的心态和口才，同时也要兼顾直销过程以及与客户接触的方方面面，这是一项深入人心的服务过程

。

<<直销员销售口才情景训练>>

内容概要

在庞大的销售员队伍中，直销员是非常重要的。为了能让直销员对直销工作有更加深刻和全面的认识，本书从六个方面分别拟定了相关的具体情景，共列举了多达60种直销中常见的情景模式，并给出了正误应对措施介绍和详细情景说明，具有实践性强、内容全面的特点，尤其适合那些刚刚步入直销业的新直销员细细品读。

<<直销员销售口才情景训练>>

书籍目录

第一章 陌生拜访——如何在第一时间赢得客户 情景1：还未介绍产品，就遭到拒绝 情景2：满腔热情去某公司推销，却被前台挡在门外 情景3：虽然你努力讲解，但客户并不表态 情景4：客户称他很忙，不方便接待你 情景5：虽然是朋友介绍的客户，但也不买你的账 情景6：客户明确表明已选择或考虑选择其他品牌产品 情景7：客户态度很差，自己也十分紧张 情景8：决策人不在场，当事人做不了主 情景9：客户明显地对你不信任 情景10：即便真心称赞客户，客户依然满脸冷漠

第二章 产品介绍——如何让产品受客户青睐 情景11：介绍产品时，总被客户打断 情景12：任你怎么介绍，客户似乎依然不感兴趣 情景13：建议客户试用，客户称不需要 情景14：客户认可产品优点，却称自己不需要 情景15：客户询问产品情况，自己一时无法回答 情景16：客户对产品满意，但要跟家人商量 情景17：客户对产品满意，但称“最近没有钱” 情景18：签了销售合同，却要毁约 情景19：让客户尽情说出他拒绝的理由 情景20：面对一群客户，如何介绍产品

第三章 心理战术——如何准确把握客户心理 情景21：你详细介绍产品，客户却不领情 情景22：言谈举止间，让客户感到备受重视 情景23：客户爱贪便宜，你该如何应对 情景24：直销员赞美客户，客户并不领情 情景25：抓住任何客户都会有的某一心理弱点 情景26：客户会耍“小把戏”，你要会察言观色 情景27：你对客户百般热情，客户却不理睬 情景28：即便有再大的负面情绪，也不要带给客户 情景29：学会暗示客户，更要听懂客户暗示 情景30：客户疑虑重重，你该如何应对

第四章 引导成交——如何与客户顺利成交 情景31：与客户沟通多次，但客户迟迟不成交 情景32：对你送的礼品，客户不感兴趣 情景33：听到你的报价后，客户立刻拒绝 情景34：产品正在促销，你如何说服客户成交 情景35：告诉客户产品的畅销情况，使其关注 情景36：成交后，巧妙让客户为你介绍新客户 情景37：谈判陷入僵局，你该如何应对 情景38：客户发出成交信号，你该如何把握 情景39：客户满意产品，却又迟迟不肯成交 情景40：客户与你沟通良好，却与竞争对手成交

第五章 消除障碍——如何与客户有效沟通 情景41：与你接触的同时，客户也在与你的竞争对手接触 情景42：客户始终认为你给他的优惠不够 情景43：客户总是说你的产品不如竞争对手 情景44：客户对目前的供应商很满意 情景45：成交后，客户不及时回款 情景46：客户的条件苛刻，且不肯让步 情景47：客户很喜欢产品，但却狠命杀价 情景48：以老客户为由，不断砍价 情景49：客户不要礼品，只要降价 情景50：客户利用产品的缺陷杀价

第六章 售后服务——如何做好销售后的工作 情景51：客户抱怨产品不好，要求退货 情景52：客户找到直销员，反映产品降价太快 情景53：客户发现产品质量问题，要求赔偿 情景54：由于有受骗的感觉，客户来找直销员吵架 情景55：由于客户使用不当，使产品出现问题 情景56：客户对你的服务不满意，找经理投诉 情景57：客户借口产品不好，尾款迟迟不付 情景58：明明是客户误解了产品，他却说误导 情景59：再次购买产品，却要更低的价格 情景60：发生意外事故，客户要求退货

<<直销员销售口才情景训练>>

章节摘录

第一章 陌生拜访——如何在第一时间赢得客户情景1：还未介绍产品，就遭到拒绝情景说明陌生拜访对于许多直销员来说，是一个棘手的障碍，因为这种拜访形式的拒绝率较高，有时销售员甚至还没有开始介绍产品，就遭到客户拒绝，销售也不得不终止。

很多直销员都非常困惑，因为这种情况时总会使自己心情很糟，仿佛一切无从着手，但是作为一名合格的直销员，你又必须得逾越它，因为没有谁的人脉资源是无限的，你原有的人脉总有用完的一天，要想扩大你的团队，提升你的业绩，就必需掌握一定的客户开发技巧，即便客户真地不需要你所销售的产品，也要让客户了解它。

销售情景直销员：您好，小姐，打扰了，我是XX公司的销售员，今天来这里主要想给您介绍一下我们公司经营的几种礼品……客户：不用了，我不感兴趣。

（或者：不好意思，我今天没有时间；对不起，我不需要，请你离开……）错误应对（1）好的，那——打扰您了。

（2）好吧，那我改天再来。

（3）小姐，我还没介绍呢，您怎么知道不需要呢？问题分析正所谓“失败一定有原因，成功一定有方法。”

虽然这种拒绝可能在每个直销员的销售生涯中都曾经遇到过，即便是那些顶尖销售大师也不例外，但可以肯定的是，这种情况还是多发生在新入职的直销员身上，那些成熟的、有经验的直销员是不会遇到这种问题的，原因就在于：那些有经验的直销员不但具备良好的心理素质，还有正确的工作方法。

1.要有勇敢、平和的心态，切忌紧张做直销心态很重要，尤其是在陌生拜访时，直销员要有勇气敲开客户的门，还要有稳定、平和的心态和语调去为客户介绍产品，不要紧张。

许多直销员一想到要和素不相识的人说话，就会觉得紧张，好像全身的血流动都加快了，因而会感到更加害怕，所以当客户即便只有一点拒绝的意思，他就退却了。

2.陌生拜访要提前约见“地毯式轰炸法”也就是“扫楼法”，一直是很多直销员推崇的寻找客户的方法，实际上，这种拜访客户方法成功率很低，虽然这可以磨炼直销员的意志力，但在此却不提倡。拜访客户还是要提前预约，这样既可以提高拜访的效率，又可以多方面了解客户，当然也不会遇到这种没有介绍产品就被客户拒绝的情况。

3.不要责问客户如果你还没有向客户介绍产品就遭到拒绝，即便你心情很糟糕，甚至很气愤，也不要直接向客户说：“我还没介绍呢，您怎么知道不需要呢？”这是一种明显的责问口气，而且有一种你的不满情绪在里边。

客户本来对你的产品兴趣就不大，听你这样说会更加反感，对你的拒绝会更加彻底。

当你拜访客户之前，若没有任何预约，遭到客户这种拒绝是很正常的，因为客户的确会对产品不感兴趣，或者不需要，所以，作为直销员要坦然面对。

4.遇事要灵活处理当还没有介绍产品，就遭到客户“无情”的拒绝时，直销员一定要头脑冷静，灵活应对，对客户拒绝的原因迅速做出判断。

比如：是否客户当下比较忙，没有时间理会你？如果是这样，你可以在门口，或者是在不打扰客户的地方等他忙完；如果客户心情很糟糕，则是你来的时机不对，这样你可以记下一些有用的信息，改天再来。

总之，陌生拜访的成功几率本来就不高，所以直销员遇到拒绝也是很正常的事，不要为此压力很大，当然也不要把拒绝太不当回事。

每次遭到客户拒绝后，直销员都要认真总结经验教训，以提高之后拜访的成功几率。

正确应对直销员：您好，小姐，打扰了，我是XX公司的销售员，今天来这里主要想给您介绍一下我们公司经营的几种礼品……（1）客户：不用了，我不感兴趣。

直销员：小姐，可能您还不太了解我们的产品，我们的礼品其实非常适合像您这样漂亮的女孩子使用，您看这个水杯上的米老鼠非常可爱（把产品递过去给客户看，引起她的兴趣），这是迪斯尼公司专门授权我们使用的，也就是说，在其他地方是买不到的，您可以买来自己使用，也可以送给朋友，小

<<直销员销售口才情景训练>>

朋友尤其喜欢的。

(2) 客户：不好意思，我今天没有时间。

(环视一下四周，看是否有忙碌的迹象，如果有，那么就留下自己的名片，索要一份对方的名片，然后礼貌地离开；如果没有，客户的“忙”就是借口了。)

) 直销员：(微微一笑) 小姐，我看出来了，您是挺忙的(如果客户不忙，直销员这样说，对方都会觉得不好意思，对你的态度也会有所缓和)，我也不会占用您太多时间，这是我们公司送给客户的礼品，请您收下吧(如果公司有礼品，可以送给她一份，毕竟“拿人手软”，通常她会听你接下来的介绍)。

其实我们的产品非常漂亮，您看这个杯子，特别适合女孩子使用……(3) 对不起，我不需要，请你离开。

直销员：(微笑) 不需要没关系，您可以了解一下，我们的产品非常漂亮，您看，这些产品都是迪斯尼公司授权使用的，像这些杯子、笔筒在超市和商场里边都是没有的，价格也不贵，质量却特别好…

…情景2：满腔热情去某公司推销，却被前台挡在门外情景说明陌生拜访是直销员常用的一种拜访形式，在直销员主动上门拜访客户时，往往先要经过前台这一关。

直销员过不了前台这一关，也就无法见到真正的客户，销售成败也就更无从谈起。

可以说，公司前台是直销员陌生拜访时需要跨越的第一道屏障，想要逾越这道屏障，直销员必须掌握一定的会面技巧，要与前台“打得火热”。

销售情景销售员：“你好，我是XX公司的销售员，我今天来是想向贵公司介绍我们的XX产品，请问，请问经理在吗？”前台：“对不起，我们经理在开会，不方便接见。

”(不好意思，我们公司不需要这个产品。

) 错误应对(1) 好吧，我明天再来。

(2) 好的，打扰了，再见。

(3) 我们的产品曾经获得过XX奖和国家专利，你还没有听我介绍怎么就说不需要呢?问题分析在推销时，客户公司的前台如果不配合，不但推销工作无法进行，还会严重影响直销员的心情。

但是不管前台拒绝得态度多么坚决，你都不要轻易离开，因为一旦离开，下一次拜访也多数会以失败告终。

当然，你更不应直接回击前台，否则，不仅你无法见到客户，还有可能将推销行动演变成一场争吵，你再想成功拜访这个客户，几乎是不可能的事情。

被前台拒绝是直销员经常遇到的情况，但可以肯定的是，那些经验丰富的直销员被拒绝的几率低很多，因为他们自进入公司大门之初，就能给前台留下一个好的印象。

1. 提前预约，不要迟到在拜访客户之前，直销员大多会与客户进行提前预约，如果直销员没有按时赴约，就有可能成为一个被前台拒绝的原因，因为任何一名负责人的时间都是宝贵的，你若没有按时到达，客户也就没有理由等你。

所以既然做出了时间上的约定，就要尽可能地保证赴约的准时性，做一个准时守信的直销员，这样你不仅能为自己赢得客户更多的信任，也能为前台减少很多不必要的麻烦。

2. 拿出诚恳的态度为了快些见到客户，有些直销员在面对公司前台的拒绝或怀疑时，往往会表现出不耐烦或是急躁的态度，甚至面对前台时不屑一顾，其实这些都是错误的做法。

虽然前台不是直销员最终要面对的客户，但却影响着直销员是否能够顺利拜访到客户。

所以从与公司前台谈话开始，直销员就应该拿出一个诚恳的态度，与公司前台恳切地进行交流，这样不仅有助于你更快地拜访到客户，还有可能在拜见客户时得到前台一定的帮助。

松下幸之助说：“勤劳工作、诚恳待人是迈向成功的唯一途径。

”只要你保持诚恳的态度，就能获得与客户见面的机会。

3. 表现出十足的自信自信是一切行动的原动力，一个人如果没有自信，也就没有行动的勇气和力量。

对一名直销员来讲，拥有十足的自信心是最为重要的。

在拜访每位客户之前，直销员都应该充满必胜的信心，对自己自信，对自己的工作自信，对公司自信，对产品自信，而在面对公司前台时，这种自信也不能丢：与前台人员沟通时声音要洪亮，不要唯唯诺诺，要记住：你是来销售产品的，是来帮助客户的，要有一种不卑不亢的精神；如果遭到了前台的

<<直销员销售口才情景训练>>

拒绝一定要沉得住气，千万不要流露出不满的表情和言行。

要微笑着告诉自己：没关系，下次再来，拒绝是成功的开始；要下工夫学习掌握产品知识，充分了解产品品质、性能、作用、使用方法、注意事项等，同时注意总结自己的使用体会，绝不能一知半解或半知半解。

如果顾客多问一句就不知道如何回答了，被问住了，就会动摇顾客对产品的信心，降低顾客对产品的购买欲望。

<<直销员销售口才情景训练>>

媒体关注与评论

优秀的直销员依靠的是勤奋的工作，而不是运气或是雕虫小技。
如果一个直销员不能让客户订货，其他技巧都是空谈。

——现代营销之父菲利普·科特勒

<<直销员销售口才情景训练>>

编辑推荐

《直销员销售口才情景训练》内容实用、体例活泼，具体包括：情景说明——对直销中常见的一些情景做简单的描述与说明。

销售情景——再现直销员在工作中所遇到的一些情景，真实生动，而且涉及行业广泛，准确捕捉直销工作中的棘手问题。

错误应对——列举了直销员在面对上述情景时可能出现的错误做法和消极情绪。

问题分析——针对销售情景，对客户心理和直销员行为做了深入的分析，并积极提出解决问题的思路和方法。

正确应对——对销售情景深入分析后，为读者提供了正确的应对方法，既是对之前的分析做一个消化，又为读者提供了以后应对类似问题的解决思路。

吸取成功人士的销售经验,解决销售终端的疑难问题60个生动的销售情景，60个实用的口才技巧，再现真实沟通场景，有效提高销售业绩。

吸取成功人士的销售经验，解决销售终端的疑难问题。

<<直销员销售口才情景训练>>

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>