

<<打破销售困境的N个技巧>>

图书基本信息

书名：<<打破销售困境的N个技巧>>

13位ISBN编号：9787506459914

10位ISBN编号：7506459914

出版时间：2009-10

出版时间：中国纺织出版社

作者：张永成

页数：262

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>

## <<打破销售困境的N个技巧>>

### 前言

销售是企业经营和运转的核心，销售是企业提升竞争力和提高经济效益的重要环节之一，销售的成败往往决定着一个企业的成败。

只有搞好销售工作，才能在激烈的竞争中取胜。

随着市场竞争的日趋激烈，消费者日益成熟，销售员越来越多，销售的难度越来越大，作为企业利润源头的市场营销工作也越来越难做。

这使得销售员常常感到迷茫和困惑。

为什么顾客频频只看不买？

为什么我越殷勤，顾客越疏远？

为什么我的工作做得这么到位，顾客还是挑三拣四？

为什么型号、款式、花色差不多，条件与客户要求差不多，客户还要犹豫？

为什么眼看要达成的交易，在即将成交的时候，顾客却突然变卦？

为什么别人的业绩总比我高？

为什么做销售员这么难……这一切只能从自己身上寻找答案！

不论是大宗商品，还是日用快速消费品，促成销售的要素往往十分复杂，导致客户内心变化的内外在条件极多！

业绩不理想，可能是因为你韧劲不够、态度不佳、形象不好、服务不周、反应不快、技艺不精、工作不细……从而让客户产生了疏离、疑虑、反感……可以这样说，现在的销售工作已经成了高难度、高技术、高技巧、高专业化的职业。

作为销售高手，既要满足客户的需求，又要达到销售的目的；既要让不同层次的客户满意，又要为公司赢得利润。

你需要有心理学家的特质、沟通高手的才智、销售大师的睿智……乔·吉拉德说：“真正的销售是从拒绝开始的！

”真正体现销售技能和水平的，是逆境中的销售技能，即如何逆转销售逆境或困局的销售技能，这往往直接决定了最后的销售业绩！

一个好的销售人员总是善于驾驭复杂的形势，善于扭转劣势，从而促成交易，取得双赢。

彼得·伊利亚德曾说：“今天，你如果不生活在未来，那么，明天你将生活在过去。

”做销售工作的你，若不设法提升自己，就将走在别人的身后，成为一个落伍的销售员。

要想取得好成绩，销售员必须把工作做到最精、最细、最实、最密，练就逆境销售的本领！

没有最好，只有更好！

努力提升自己在逆境下的销售技能和推销水平，在激烈的竞争中，打造出属于自己的核心竞争力！

怎么提高技能、提升自我呢？

首要任务就是要学习成功的销售技法和借鉴国内外成功的销售经验和技巧。

只有认真总结、自我修炼，不断实践，迅速提高自身的专业素养，不断适应新形势和新要求，才能成为卓越的销售员。

本书集国内外卓越销售员销售经验、技法之大成，是销售经验的智慧库。

这里面既有乔·吉拉德等销售宗师的真知灼见，更有一大批国内外销售高手提供的成功锦囊！

阅读本书，可以让你“踩在巨人的肩膀上”，少走弯路，迅速提升技能！

本书是销售业务的百宝箱，针对销售过程中的各种情境，有针对性地介绍了各种方法和技巧，内容全面而实用。

这里面包括塑造自身形象的技巧、说服客户的技巧、与客户沟通的技巧、展示与介绍的技巧、回答客户提出异议的技巧、建议客户购买与促成交易的技巧和售后跟踪服务的技巧，包罗万象、事无巨细！

本书是销售技能提升的金钥匙。

本书结构合理分明，直观性很强。

考虑到销售员时间紧，任务繁重，本书内容通俗，能让你轻松阅读。

书中配有大量实际案例，有助于销售员深入领会，快速吸收。

## <<打破销售困境的N个技巧>>

销售员不仅要用“脚”去“做”，更要用“脑”去“做”。

本书让销售员能站在客户的角度换位思考问题，给销售员以思考与回味的空间和余地，从而避免“推销综合征”，使销售员从根本上理解销售的本质。

总之，本书将助你破茧成蝶，让你在最短的时间内掌握销售的技巧，助你打造一流的销售业绩，成为高水平的销售员。

熟读本书，将使你从容地直面严峻挑战，并品尝到付出艰辛努力之后所带来的成功的喜悦，将使你以卓越的销售员的实力去面对未来的职业生涯，打造出属于自己的一片海阔天空，不断向乔·吉拉德这样的销售宗师行列迈进！

你想在短期内成为不折不扣的销售冠军吗？

本书将帮助你圆梦，一本不容错过的好书摆在你面前，千万不要坐失良机！

## <<打破销售困境的N个技巧>>

### 内容概要

遭遇销售困境或障碍时，稍有疏失就可能让一单生意泡汤！

要想取得好业绩，销售人员必须把工作做到最精、最细、最实、最密！

本书有针对性地甄选了数十个典型的销售情境，配以分析、提示，为销售人员系统地破解了顾客拒绝的诱因和谜团，告诉销售人员如何让客户回心转意，如何让交易起死回生。

成功可以复制，拒绝可以逆转！

本书旨在培养销售人员“绝处求生”的销售能力，是一本指导销售人员打破销售障碍、突破销售逆境的不可多得的宝典！

## &lt;&lt;打破销售困境的N个技巧&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 冲破重重拜访阻力 技巧001：越过“把门人”，找到决策者 技巧002：巧妙化解“把门人”的拒绝 技巧003：推敲客户拒绝约见的理由 技巧004：巧言应对不断拒绝的尴尬 技巧005：电话约见让客户“上套” 技巧006：选择拜访客户的最佳时机 技巧007：用创意打开拒绝之门 技巧008：顺利达成初次拜访 技巧009：这样开场才不会被拒绝 技巧010：以真诚的赞美消融距离 技巧011：建立融洽感，化解开场僵局 技巧012：转移客户低落的情绪 技巧013：破解销售演示僵局 技巧014：激发好奇，将冷场的会谈捂热 技巧015：与敌对型客户做朋友 技巧016：巧妙应对傲慢型客户 技巧017：让沉默寡言型客户打开话匣子 技巧018：让愤怒型客户平静下来 技巧019：让逆反型客户顺耳顺心 技巧020：让保守型客户看到新“境界” 技巧021：以“三寸不烂之舌”说服健谈型客户 技巧022：消除疑虑型客户的后顾之忧 技巧023：攻克结束拜访的难题

第二章 以提问掌控主动 技巧024：浪里淘金以提问甄选潜在客户 技巧025：用提问捕捉客户的兴趣 技巧026：解冻客户“冷藏”的需求 技巧027：引导需求的六步“破茧术” 技巧028：用开放性提问获得更多信息 技巧029：用针对性提问发动销售攻势 技巧030：用选择式提问帮客户做决定 技巧031：向客户提问应注意的问题 技巧032：让客户感到没有距离和陷阱 技巧033：确认客户对时间要求的提问 技巧034：确认客户购买决策核准程序的提问 技巧035：提问+倾听=销售机会 技巧036：提问说服，让客户不买不行

第三章 变通中寻找商机 技巧037：化解拒绝柳暗花明 技巧038：洞悉客户拒绝交往的心理特点 技巧039：破解客户的各种借口 技巧040：让客户说出拒绝理由 技巧041：别给客户拒绝的机会 技巧042：正确认识客户的异议 技巧043：擦亮双眼，看透虚假异议 技巧044：谨慎处理价格异议 技巧045：化解客户的时间异议 技巧046：需求异议的化解 技巧047：质量异议的化解 技巧048：购买权力异议的化解 技巧049：财力异议的化解 技巧050：设法减少客户异议 技巧051：把握处理客户异议的时机 技巧052：迂回法处理客户异议 技巧053：反驳法处理客户异议 技巧054：间接否定法消除客户异议 技巧055：补偿法平衡客户异议 技巧056：询问法化解客户异议 技巧057：转化法解决客户异议 技巧058：推迟处理法解除客户异议 技巧059：预防法“扼杀”客户异议 技巧060：不理不睬法打消客户异议 技巧061：更换处理法应对客户异议 技巧062：举例说明法根除客户异议 技巧063：以“缺”叙“优”转化客户异议 技巧064：让善变的客户因你而变

第四章 让交易在你的掌控下收局 技巧065：想成交，先消除客户的抵触情绪 技巧066：思路“卡壳”了怎么办 技巧067：利用魔力话题挽回败局 技巧068：消除成交的心理障碍 技巧069：让客户心甘情愿接受高价 技巧070：顺水推舟引导成交 技巧071：请求成交排除客户心理障碍 技巧072：用技巧化解客户的抱怨 技巧073：处理客户抱怨的妙方 技巧074：以认同感化解客户恶感 技巧075：灵活应对难缠客户的投诉

参考文献

## <<打破销售困境的N个技巧>>

### 章节摘录

第一章 冲破重重拜访阻力技巧003：推敲客户拒绝约见的理由目前，随着通信科技的发展，交流沟通的方式越来越多，如电话、邮件、QQ、MSN等，但任何一种方式也代替不了面对面的沟通，尤其是一些金额比较大的产品，必须以面对面的沟通来完成销售，这就需要我们能有效地走好第一步——约见客户。

然而，出于人性的防范本能，客户对销售人员的约见要求基本上是拒绝的。

那么，销售人员如何打破这种僵局，提高约见的成功率呢？

约见请求遭到回绝时，销售人员首先应该搞清对方拒绝的原因，然后采取适当的约见技巧，向对方提出无法拒绝约见的理由，才能赢得客户的信任与配合。

一般而言，客户拒绝约见的原因主要有如下两方面：1.客户方面的原因（1）资金紧张许多客户本季度或本月的预算已经花完，但手头还留有一笔备用资金，在特殊情况下是可以动用的。

如果对方确实已经把预算花完了，你的产品宣传必须是极具吸引力才行，这样才可能说服对方动用储备资金。

客户：张先生，真对不起，您的产品听起来很吸引人，但我们已经花完了本季的预算，请您到秋季再同我们联络。

销售人员：李先生，我很遗憾同您联络得太晚了。

不过我还没告诉您，我们将在报刊和电视上登广告来宣传我们的产品。

假如您采购我们的产品，您及您公司的名字就会在广告中出现。

我们去年的宣传极为成功。

下星期我把我们的产品拿来请您过目行吗？

（2）没有时间购买决策人通常是大忙人。

如果他们的日程表已经排满，要他们改变初衷的可能性就微乎其微。

在这种情况下，加深对方对自己的印象是十分重要的，寄一封附有产品介绍书的信函较为适宜。

但有时候，购买决策人并不一定真的是因为忙，他要是想见你的话，一般还是可以挤出时间来的。

他说太忙不能见你，那是个借口。

不要问他们什么时候不那么忙，直接提出预约见面。

客户：这个月我太忙，没时间见你。

销售人员：正因为忙，你才需要见见我。

我有个办法，每天能为你节约一个小时，且不会增加你的费用。

我们今天下午能见见面吗？

也许明天早晨更好些？

（3）对原供应商比较满意如果某位客户同其供应商合作得比较成功，他就会继续同这位供应商合作，而不会轻易把目光转向他人。

如果你想同原供应商竞争，与这位客户建立起业务关系，工作将会有一定难度，进行一般性的产品宣传是很难吸引对方的。

你必须着重宣传你的产品及经营手法的优点。

<<打破销售困境的N个技巧>>

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>