

## <<开发客户的N个细节>>

### 图书基本信息

书名：<<开发客户的N个细节>>

13位ISBN编号：9787506481748

10位ISBN编号：750648174X

出版时间：2012-4

出版时间：中国纺织出版社

作者：唐运富

页数：256

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>

## <<开发客户的N个细节>>

### 前言

销售行业是世界上最具挑战性的行业之一，同时也是回报最丰厚的行业之一。

这一行业曾经造就了许多富翁。

但真正的销售，不纯粹是为了卖出产品而销售，而是为了创造客户、开发客户。

客户是销售人员所有利润的直接来源，对客户的服务贯穿在销售的全过程中，没有客户的销售员是无法生存下去的。

开发客户、服务客户、留住客户、让老客户带来更多的客户，是一个完美的良性循环，也是销售员最想看到的结果，但如何才能做到这一点呢。

销售的最高境界是与客户建立起真诚的友谊，打造“终身客户”。

销售人员在同客户打交道时，如何在感情上与客户建立起如朋友般的友好关系，而在实际工作中又依然能够根据自己的职责、特长、能力来接近客户、找准客户需求、化解客户异议、促成交易，并将客户当成一辈子的好朋友来服务，从而成为客户眼中的“红人”，形成名利双收的多赢局面。

对于销售人员来说，人脉就是钱脉。

销售就是一个不断创建人脉网的过程，只有大量地结识人，销售人员才可能获得更多成功的机会。

本书以市场调查为开发客户的前提，介绍了开发客户常用的渠道。

书中运用典型的事例和通俗的语言，向读者详细介绍如何拓展自己的人脉网，广交朋友，做好、做深每位客户，扩大自己的个人影响，建立良好的个人口碑，让客户免费帮你销售等一系列的技巧和方法，帮助读者在销售工作中更好地与人交往，做好销售。

本书中没有枯燥、深奥的理论，主要以一些成功人士的经验为框架，以他们的亲身经历和故事为主要内容，书中既有“世界上最伟大的推销员”乔·吉拉德、日本“销售之神”原一平、“东方销售女神”柴田和子、“世界上最伟大的销售大师”汤姆·霍普金斯等大师们的经验和经历，也有普通人成功销售的故事。

他们在从事推销中所具备的心态、修养、品质、习惯、方法、技巧等给广大的销售员提供了很好的参考范本，为广大销售员提升个人的修养和素质，改进销售的习惯和方法，提供了极为宝贵的指导和帮助，从而迅速提升推销能力和业绩，更好地完善和成就自我。

将这本书献给那些正在奋斗中的人们，它既能给刚入行的销售员雪中送炭，也能为已取得成功的销售员锦上添花，能真正伴随他们的成长。

字里行间叙述的虽是诸多经验与技巧，流淌的却是殷殷期待，盼望着这些浅显的字句能够带去希望的火种，点燃生命之焰。

一句良言可使人终身受益，一本好书可改变人的命运。

衷心地希望有志于销售事业，正从事销售事业的朋友能够从本书中得到一些启发和帮助。

编著者 2012年1月

## <<开发客户的N个细节>>

### 内容概要

成功销售的能力，直接关系到你的客户质量。  
因此，销售最关键的一步就是能否找到需要你产品或服务的人。  
然而，并不是每个销售员都能准确找到需要自己产品和服务的人。

《开发客户的N个细节》以开发人脉资源为前提，介绍了开发客户的N个细节，包括收集客户信息、接近客户、促销、广告、公关、沟通和运用智慧等方面。  
全书通俗易懂，并配有实战案例。  
我们相信，实用才能适用，适用才有实效。

## <<开发客户的N个细节>>

### 作者简介

唐运富，现就职于世界500强知名企业，任资深销售经理，美国百万圆桌MDRT俱乐部标准会员，企业精英俱乐部白金奖会员，为专业销售人士培训达100多场！

## <<开发客户的N个细节>>

### 书籍目录

#### 第1章 开发潜在的人脉资源

为何很多销售员不知道生意就在身边？  
为何有些销售员不知道生意就在老客户那里？  
为何很多销售员找不到客户的聚集地？  
为何很多销售员不知道客户就在于多要求一句话？  
如何学会利用高科技来开发自己的客户资源？  
如何利用资源整合来开发客户？  
以下细节将逐一为你解答！

处处留心皆生意  
不怕拒绝，勇敢出击  
第一印象，30秒内完全记住  
获得陌生人的好感有妙法  
着装其实很重要  
熟人介绍：扩展你的人脉链条  
参与社团：走出自我封闭的小圈子  
利用网络：廉价的人脉通道  
参加培训：志同道合的平台  
参加行业展览会  
利用好公司资源  
用微笑和诚意化解危机  
与他人共享人脉资源  
积累人脉就是积累财富

#### 第2章 卓有成效的“营销圣训”

成功销售的能力，直接关系到你的客户质量。  
因此，销售最关键的一步就是要准确找到需要你产品或服务的人。  
以下数条“营销圣训”是进行成功销售和开发客户细节中的细节，实践证明它们是行之有效的。

尽可能多地打电话  
电话接近客户的技巧  
小礼物大收益  
介绍产品要专业  
做足拜访前的准备工作  
记住客户的名字  
每个人都是客户  
不要忽略身边的生意  
人性化的销售  
别忽略身边的朋友  
客户的资料必须整理得井井有条  
拜访前的三项准备  
不要急于求成

#### 第3章 信息，让客户浮出水面

俗话说得好，卖什么就吆喝什么，也就是说一个行业的人员，首先你要具备一定的基础知识，包括行业的状况、本行业区域市场的情况以及市场容量，经销商、分销商、零售商与消费者等各个环节对本行业的影响和需求，不掌握这些基础情况则无疑是无的放矢！

## <<开发客户的N个细节>>

注重市场调查

细分目标市场、寻找空白

如何开发潜在客户

获取潜在客户的几种渠道

利用潜在客户的人际关系拿订单

建构一份潜在客户名单

熟悉客户的资料

了解客户的购买心理

挖掘客户的潜在需求

做好实地调查

为产品准确“占位”

### 第4章 接近，打破客户的心理防线

常言道：第一印象很重要。

在开发客户的过程中也一样，销售人员为了完成一次有戏的客户开发，为了邀请客户参加产品推荐会，为了能够签订合同，不仅要善于从各种渠道发掘有价值的客户名录，还应该懂得接近客户的技巧。

如何使用接近语言

结交陌生客户

接近客户的几种有效途径

约见客户的方法

闲聊拉近距离

利用请教法接近客户

随便拜访

做一个受欢迎的销售员

让客户向你微笑

赢得客户的好感

恰当地运用肢体语言

会见关键人士的技巧

### 第5章 促销，开发客户的“倚天剑”

促销是营销组合的四大要素之一，是企业营销策略的重要组成部分，也是企业参与竞争、贯彻各项战略意图的利器之一。

企业需要促销，重视促销，促销是企业开发客户的“倚天剑”。

靠信誉叩开客户的“心门”

多品牌促销

利用节日促销

抓住重大事件巧行销

货卖一张皮

以免费试用打开销路

积点优待强势促销

文化促销别具一格

巧用人情促销

### 第6章 广告，激活客户市场的驱动

兵法云“兵马未动，粮草先行”，运用在竞争激烈的商战中，就是“产品未动，广告先行”，广告是企业宣传和开发客户的重要手段，它对于驱动市场有立竿见影的效果。

## <<开发客户的N个细节>>

正确使用广告  
小广告，大形象  
巧用名人效应  
公开演示是活广告  
“0”在销售中的妙用  
借花献佛  
打破常规，意味深长  
张扬人性，抢占市场  
以“揭己之短”赢得客户  
别出心裁，客源不断  
引发怀旧激发共鸣

### 第7章 公关，客户开发中的催化剂

公关能使商品由“养在深闺人未识”变成“天下谁人不识君”。  
公共关系以塑造良好的形象为工作目标，以获得经济效益为根本，帮助企业在市场竞争中树立新形象。  
它以“内求团结，外求发展”的艺术，在企业的经营管理活动中起到了很好的催化剂作用，促进了企业的生存和壮大。

利用庆典制造新闻  
以开放参观赢得客户  
收集信息把握顾客的脉搏  
巧借赞助赢美名  
巧办儿童公益活动  
巧借爱心打开销路  
港湾花园促销秘诀  
攻心为上别出心裁  
如何建立人脉网  
创意公关收益佳

### 第8章 沟通，和客户搭起信任之桥

人的性格千差万别，与不同的人接触需要不同的方法！  
如何快速建立起信任关系？  
如何迅速建立亲和关系？  
如何说话让对方喜欢？  
如何掌控情绪让对方无洞可钻？  
如何从战略、策略上让对方把你高看，希望同你合作。

与各种类型的人进行有效沟通的技巧  
耐心才是最重要的  
不要左右你的客户  
交流要简短  
用声音征服客户  
谈话时应避免干扰  
勇于表达自己的想法与决定  
寻找最合适的时间  
遵守适宜的礼仪  
适时承认自己的过失  
做个周到的主人

## <<开发客户的N个细节>>

询问对方的意见  
不要仓促地做决定  
说“不”的技巧  
与初次见面的人如何寒暄  
谈话时以客户为中心  
营造轻松的谈话氛围  
切入主题要得当  
以专业知识取得客户的信任  
引导客户提出问题  
提一些有建设性的方案  
学会说善意的语言  
每天交4个朋友  
做情绪的主人  
引导对方多说话  
记录与客户的交流信息

### 第9章 智慧，开发客户的“脑白金”

开发客户不能蛮干，双腿固然能换回订单，但领悟客户的意图似乎更重要，优秀的销售人员，不光应有一个不知疲倦的身体，更要拥有一个充满智慧的大脑。  
开发客户是需要运用智商的，善于思考的大脑是获取成功的发动机。

用脑胜过用腿  
增长营销智慧  
令人叹服的营销智慧  
干得聪明——而不是智慧  
入乡问俗开拓市场  
识在人前走在人前  
依靠信息找机会  
滞销变畅销  
诚信引来“远钱”  
吃小亏占大便宜  
让客户自己定价  
不厌其小薄利多销  
负荆请罪客似云来  
抛“砖”引“玉”  
销售失败的10大原因



## <<开发客户的N个细节>>

### 章节摘录

版权页：我的客户在哪里？

客户应该怎么找？

为什么我总觉得客户已经开发殆尽了？

这是令许多销售员都倍感困惑的问题。

其实答案就在身边，你身边的每一个人都是你的潜在客户，只要用心，处处都能挖掘出客户。

素有日本“推销之神”美称的原一平告诉我们：“作为推销员，客户要我们自己去开发，而找到自己的客户则是搞好开发的第一步。

只要稍微留心，客户便无处不在。

”他一生中都在孜孜不倦地用心寻找着客户，在任何时间、任何地点，他都能从身边发现客户。

有一年夏天，公司组织员工外出旅游。

在熊谷车站上车时，原一平的旁边坐着一位约三十四五岁的女士，带着两个小孩，大一点的好像六岁，年龄小的大概三岁的光景，看样子这位女士是一位家庭主妇，于是他便萌生了向她推销保险的念头。

在列车临时停站之际，原一平买了一份小礼物送给他们，并同这位女士闲谈了起来，一直谈到小孩的学费。

“您先生一定很爱你，他在哪里发财？”

”“是的，他很优秀，每天都有应酬，因为他在H公司是一个部门的负责人，那是一个很重要的部门，所以没时间陪我们。

”“这次旅行准备到哪里游玩？”

”“我计划在轻井车站住一宿，第二天坐快车去草津。

”“轻井是避暑胜地，又逢盛夏，来这里的人很多，你们预订房间了吗？”

”听原一平这么一提醒，她有些紧张：“没有。

如果找不到住的地方那可就麻烦了。

”“我们这次旅游的目的地就是轻井，我也许能够帮助您。

”她听后非常高兴，并愉快地接受了原一平的建议。

随后，原一平把名片递给了她，到轻井后，原一平通过朋友为他们找到了一家宾馆。

## <<开发客户的N个细节>>

### 编辑推荐

《开发客户的N个细节》由中国纺织出版社出版。

## <<开发客户的N个细节>>

### 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>