

<<终端破局>>

图书基本信息

书名：<<终端破局>>

13位ISBN编号：9787511234612

10位ISBN编号：7511234615

出版时间：2012-11

出版时间：徐伟泽 光明日报出版社 (2012-11出版)

作者：徐伟泽

页数：296

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>

<<终端破局>>

内容概要

终端营销未来有更大的发展空间，在与顾客购买了你的产品之后，也就是终端销售后做好终端后营销；现有终端运作手段已远远无法适应，以终端生动化和终端拦截为特点的现有终端工作模式，是把终端工作重点放在销售上。

谁的终端投入多，促销力度大，谁就可能成为赢家。

这也是导致许多企业陷入“做终端是找死，不做终端是等死”的原因之一。

终端后营销需要新理论、新方法指导。

徐老师从事终端辅导工作多年，一直致力于研究消费者行为中终端购物行为的基本模型即购物地点，购物情境与冲动性购买，以及客户满意度对终端运营的影响。

先后服务服务AUX奥克斯多年，四季沐歌，友邦集成吊顶，金牌橱柜，科勒等知名品牌。

<<终端破局>>

作者简介

徐伟泽，从事终端辅导工作多年，一直致力于研究消费者行为中终端购物行为的基本模型，对终端的标准化与精细化运营有着深刻的研究。

主持研发的《建材家居连锁加盟新盈利模型》作业系统，集合了在200余家建材家居企业培训、咨询，招商策划，跟踪调研的理论和实战的众多成果，将为您贴身传授建材家居连锁加盟体系构建秘笈，让您轻松解决渠道扩张中的各种疑难问题。

<<终端破局>>

书籍目录

第一章优秀展厅销售顾问的六项修炼 一、 修炼职业的终端销售顾问形象 二、 修炼广泛的人脉主动开发客户 三、 用80%的精力去关注20%的客户 四、 时刻准备着主动创造签单机会 五、 持续关爱客户定有意外收获 六、 自我激励方能自我超越的成长 第二章展厅客户接待的原则与技巧 / 23 一、 如何迎接客户进店 二、 怎样自我介绍并递交名片 三、 如何区别接待不同类型客户 四、 如何迅速拉近与客户的关系 五、 如何赞美客户而不让人感觉肉麻 六、 如何引导客户把握好谈话的进程 七、 如何欢送客户离开 第三章展厅动线规划与推介十步曲 / 39 一、 展厅动线规划的原则 二、 展厅动线规划的要点 三、 如何探问客户的需求 四、 展厅的软装展示细节 五、 如何掌握FABE利益介绍法 六、 全方位分解介绍法 七、 细节对比介绍法 八、 卖点翻译介绍法 九、 卖点讲解五大原则 十、 展示推介中的注意点 第四章展厅主动引导与互动式演示 / 75 一、 如何做好产品功能演示 二、 如何营造产品热销氛围 三、 如何引导客户积极体验 四、 如何善用体验记录分析表 第五章展厅面临的异议破解 一、 客户异议的由来 二、 展厅常见异议分析 三、 不能澄清的展厅异议 四、 展厅异议处理的法则 五、 异议处理的实战技巧 六、 整体家居展厅销售异议破解实例 第六章展厅逼单的20个实战技巧 / 145 一、 是什么影响客户最后一刻的下单 二、 如何捕捉客户的下单信号 三、 如何主动要求客户下单 四、 八招化解客户最后的犹豫 五、 一十一个经典的逼单实战技巧 第七章展厅成交后如何联络与跟进 / 170 一、 如何让客户留下资料 二、 成交后的跟进流程 三、 成功跟进的策略与方式 四、 成功跟进的目标 五、 电话跟进技巧 六、 电话跟进的注意事项 七、 电话沟通的AIDA法则 第八章展厅的客服细节与口碑营销 / 187 一、 终端客服工作面临的挑战 二、 做好客服工作的三项修炼 三、 做好客服工作的四个技巧 四、 有效处理客诉的五个步骤 五、 有效地处理投诉的技巧 六、 投诉处理结束后的工作 七、 做好口碑营销的六个动作 八、 终端口碑营销的N个细节 第九章展厅签单必会的表单工具 / 243 第十章展厅签单必会的销售心理知识 / 258 一、 不同客户的不同购买心理 二、 影响客户购买行为变化的因素 三、 客户现场购买行为的特点 四、 客户的购买动机 五、 客户的类型 六、 客户购买行为八过程 七、 客户十大消费心理 第十一章建材家居终端精细化运营系统 / 275

<<终端破局>>

章节摘录

版权页：插图：透明产品插片的运用：透明产品插片可以用双面胶进行固定。

设计桌椅应保持日常的整洁，摆放的物品除了绿植和设计手册外，建议摆放诸如《瑞丽》、《时尚家居》等时尚杂志，在提高展厅时尚感的同时，起到延长顾客逗留时间的作用。

在楼梯扶手以及橱窗底部等区域，通过气球等物品的使用，可以有效起到提高氛围和充实空间的作用。

善用展厅百宝箱：KT对比板、卖点扑克、金鱼箱、电子秤、酒精灯、板材小样、甲醛证书、蚊香、醋、提示牌、小X展架、产品画册、《设计大全》、报价单、保修单、产品单页、客户资料夹、电钻、客户档案图片、资格认证夹、记录本、报纸、杂志、家装风格画架。

五、如何掌握FABE利益介绍法 介绍产品就必须了解产品，掌握产品知识。

恕我直言根据我的调查，整体家居行业至少90%的导购员不是很了解产品知识，或者说至少有80%的展厅销售人员没有经过严格的产品知识培训就上岗卖货了，特别是在每一款新品上市时没有接受严格的新产品知识的培训，难怪不少展厅频繁出现缺乏精准的专业知识和专业术语，缺乏切合实际的反问性话题、重复性话题、让顾客感到震惊的话题。

要指望没有经过严格训练的销售人员取得好的销售业绩你觉得可能吗？

那么，到底应该如何介绍产品呢？

任何一个终端培训师都会讲到的就是FABE销售法则。

F：Features，特点，这是个什么样的产品？

是指产品的事实、数据、信息。

A：Advantage，优点，这些优点是指产品或服务所具备的所有优点。

B：Benefit，利益点，客户如果使用它，会有什么好处。

E：Evidence，证据，包括：行业和国家相关部门的认可证书、知名媒体的评价、销售记录、以前客户的评价、以前客户使用记录等。

FABE是每个终端销售顾问必须掌握的基本功之一。

遗憾的是，很多整体家居行业的展厅销售顾问听都没有听说过，很多公司的内部培训师讲到“FABE方法产品介绍”时一般就点到为止，能把概念讲清楚的就不错了，哪里谈得上结合具体产品的训练！

所以对展厅销售顾问进行系列产品的FABE对练就显得非常迫切。

前几年我在国内某知名家电集团工作时，公司聘请了行业著名培训师对终端的销售人员进行FABE强化训练的场景给我留下了深刻的印象，FABE利益销售法就是这么易学实用。

下面我先给大家普及一下FABE的基础知识，再结合橱柜产品做一下FABE话术分解。

<<终端破局>>

编辑推荐

《终端破局:建材家居业绩提升之道》凝聚一线家居品牌内训课程精华，是一本建材家居单店业绩提升实战兵法书。

<<终端破局>>

名人推荐

“中国家居江湖正在掀起汹涌的变革大潮，这股大潮目前只有一个主要入海口，那就是终端销售，所以如何打造具有爆发力与持续力的终端系统在今天就成了更迫切的任务。

徐老师用全面，具体，实战的终端营销系统解决方案，为我们提供了完成这种任务的高效路径！

更可贵的是书中处处显示出深入细致，真诚奉献的为学为人的精神！

”——顾家家居实业总裁 刘进 “本书堪称迄今为止实战性最强的家居终端营销教材，涉及终端销售的方方面面，值得广大建材家居经销商用心去学习体会！

”——腾讯网·亚太家居全国经销商联盟总监 张云刚 “这本书最大的特色就是工具多、方法多、案例多，而且大多是最新采集与研发的：不仅分解了终端怎么做，而且解释了为什么要这样做，因为来源于终端以解决终端实际难题为出发点，本书对终端营销的借鉴与指导意义才更加与众不同。

”——《销售与市场》培训总监高级研究员 王荣耀

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>