第一图书网, tushu007.com

<<攻心>>

图书基本信息

书名：<<攻心>>

13位ISBN编号：9787542935335

10位ISBN编号：754293533X

出版时间：2012-6

出版时间：立信会计出版社

作者：张海良

页数：199

字数：155000

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

前言

销售界流传这样的话语：“ 销售难，回款更难。
”“ 回款难，难于上青天。
”回款这一难题可谓让企业伤透了脑筋。
销售人员几乎每天都在绞尽脑汁，希望能找到一条解决“ 回款难收 ”的最佳途径。
随着中国市场的飞速发展，国内很多行业已经进入微利时代，建立“ 完全销售、全额收款 ”的观念，提高应收账款的能力以及具备催收不良债权的技巧，是摆在企业面前的重大难题。
销售人员，特别是新手，很容易陷入将销货与回款割裂开来的误区，从而让企业面临“ 销售难，回款更难 ”的尴尬局面。
如果广大销售员每天为了回款而奔波，怎么去开发新客户，怎么去提高销售额？
要知道，如果没有回款，一切都将是枉费心机。
如果企业和销售员不重视销售回款的重要性，长此以往，企业必将陷入可怕的怪圈——越赊，欠款越多，越欠，款越难收。
销售员一旦跳进这个怪圈，就很难从中脱身，他们要么不断地被客户拖欠销售回款，要么冒着失去客户及市场的风险，强行将销售回款从客户手中收回。
这就是销售中常说的：“ 不赊销是等死，赊销是找死。
”　　资金周转不仅是企业正常运营与发展的生命线，也是衡量销售员业绩的基本尺度。
对于销售员来说，只有掌握了大量的回款催收技巧，才能够从容应对客户的刁难，在回款催收过程中占据主动。
所以，多学习和掌握一些催收回款的策略和技巧非常有必要。
比如，如何巧借“ 东风 ”让“ 死账 ”变“ 活账 ”，如何通过电话向客户催款？
如何选择催款的最佳时机才能事半功倍？
面对不同的客户，究竟该采用什么样的方式更奏效……　　为了跳出这一怪圈，找到一个有效回款的捷径，本书明确强调企业和销售员必须从战略和战术两个方向去思考，从环节和细节上解决销售回款问题，而其中最为有效的一个方向就是——攻心。
在销售回款过程中，从客户心理入手，直接攻克客户心理防线，解决客户心底的顾虑，揭露客户回避的谎言，有效地实现回款。
本书具有较强的针对性和可操作性，从心理学的角度出发，针对回款各个环节中可能引发的问题进行了深入的分析与讲解，力求实战，摒弃不切实际的“ 引经据典 ”与冗长的道理说教，真正做到有用、活用和巧用。
全书通过简明易懂的语言，大量的实际案例，旨在阐明一个非常关键的道理：无论你是江湖老手，还是市场新兵，要想成功“ 赢销 ”，都必须重视回款，懂得回款的技巧，可谓一本操作性极强的指导手册，是广大销售员必备的销售回款实战指南。
著者

内容概要

张海良编著的《攻心》具有较强的针对性和可操作性，从心理学的角度出发，针对回款各个环节中可能引发的问题进行了深入的分析与讲解，力求实战，摒弃不切实际的“引经据典”与冗长的道理说教，真正做到有用、活用和巧用。
《攻心》通过简明易懂的语言，大量的实际案例，旨在阐明一个非常关键的道理：无论你是江湖老手，还是市场新兵，要想成功“赢销”，都必须重视回款，懂得回款的技巧，可谓一本操作性极强的指导手册，是广大销售员必备的销售回款实战指南。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

张海良，北京今天胜德品牌管理咨询有限公司首席专家，中改院中国民营经济研究中心副主任，中国MBA北京联谊会首席品牌专家，多家大学客座教授；于1994年创办今天胜德品牌管理咨询有限公司，以新、奇、特的定位方法和“咨询无定式、管理无定则、创意无定法”的服务理念先后为上海漕河泾开发区、交通银行、西安高新区、真心瓜子、新华锦集团、首钢集团、北京秀水街、壶口瀑布等近百家中国企业提供过成功的管理和咨询服务。

书籍目录

第一章 做销售，回款才是硬道理
没有回款的生意不叫生意
赊销是一把“双刃剑”
回款难的四大原因
回款——企业与销售员双赢的前提
回款——销售能力的最佳证明
未雨绸缪，做好回款管理
第二章 回款攻心，策略至上
谁说打电话成不了催款高手
发挥催款函的神奇力量
摆下“鸿门宴”，巧用“会议收款法”
上门催讨，不讲策略必吃亏
要想回款，就不能让客户牵着自己的鼻子走
因人而异，巧用心理战术
把握好收款的最佳时机
根据不同场合，灵活运用催款手段
第三章 变通思路。
条条大路通罗马
合法收款，律师协助很快捷
有力没钱，以劳务代替债务
借力收款，把“死账”变“活账”
使出狠招，为回款制造一线生机
第四章 与客户做同一条绳上的蚂蚱
发动情感攻势，硬的不行就来软的
服务制胜，优质的售后是收款的无形利器
要想顺利收款，先处理好客户的抱怨
利用人际关系创造差异化，优先收款
复制收账高手的催讨方法
第五章“攻城”必先攻其外围
舍小利诱大利，下好鱼饵钓大鱼
软硬兼施，套牢你的客户
巧妙赞美，拉客户下水
擒贼先擒王，催款要锁定关键目标
运用适宜的谈判技巧，创造双赢局面
在必要的时候果断对客户说“No”
积极引导，让客户说“是”
第六章 运筹帷幄，教你催款备用招
随意承诺，造成回款障碍怎么办？

客户拒绝接听电话怎么办
客户故意“刁难”怎么办？

客户乱发脾气怎么办？

客户避而不见怎么办？

第一图书网, tushu007.com

客户总是敷衍怎么办？

第七章 防微杜渐，催款方式要适当
坚决抵制违法的催款行为
唯唯诺诺的催款方式不可取
催款中的语言及行为禁忌
电话催款中的禁忌

章节摘录

打量着渐渐走上正轨的工作，肖军暗想：现在应该可以轻松一点了吧？
但是让他没有想到的是，更严峻的考验还在后面呢！
原来，在合作之初，由于肖军将工作的重点全都放在销售上，虽然合同上规定了回款时间，却并未对拖延付款的处罚作出硬性规定，结果给自己留下了绊脚石。
而且为了稳定市场，维系客户关系，在催款的时候，他尽量好言说服，不敢急于催收，怕对方“撂挑子不干”。
结果这种做法更加助长了客户的气焰。
在催收回款时，尽管肖军十分卖力地一一向客户打电话催收，但是那些客户不是推说工作繁忙，就是干脆让肖军吃“闭门羹”，甚至连电话都不接，不得已。
肖军只好再次南下，亲自上门催款。
这次款倒是收回来了一些，但却少得可怜，恐怕比南下的路费都多不了多少！
都说好事难成双，祸事不单行，不仅肖军催收回款陷入了困境，公司的经营也出现了问题。
虽然北方市场是公司的基础，但是随着南方市场的开拓，销售量的与日俱增，光赊销给客户的销售额比北方市场的1/3还多，而收回的款却连北方市场销售量的1/10都不到。
结果，牵一发而动全身，不但引发了企业资金紧张的问题，使得产品开发经费迟迟不能到位，更是影响了新产品的正常上市，企业不得不放慢发展的势头。
对案例中的这家企业来说，他们赢得了市场份额，增加了销售量，这确实是好事，可就是因为企业无法收回欠款，不但不能获利，反而让自己受到更大的伤害。
在很多行业都是如此，如果没有回款，就算你铺货再多也毫无意义，甚至是铺货越多，赔得也越多。
销售与回款其实就相当于人的两只手，要想做一个优美的动作，就要两只手都动起来，相互配合才能完成。
在销售中，如果无法拿回货款，你就没有完成销售任务，销售就没有结束，这单生意就等于没有做成，结果销售员和企业的利益都无法得到保障。
很多销售员在销售过程中，往往会面临赊销与现款交易二选一的问题。
如选赊销，销量是有了，但收账的问题却随之而来，很容易与客户产生矛盾，处理不好就会得罪客户，使得销售也跟着难做起来。
若是现款现货，有些客户会抱怨资金周转不灵，或者提出别的企业都在实行赊销等等，就是不愿现款现货。
赊销是一把“双刃剑”，你用得好可以促进销售，促进企业的发展；但是你用得不好，不但企业货款不能收回，更严重的后果是企业会因此而倒闭。
那么，到底什么是赊销？
怎么才能既扩大销量，又不陷入催款的困境呢？
……

编辑推荐

为了跳出这一怪圈，找到一个有效回款的捷径，《攻心：回款才是硬道理》明确强调企业和销售员必须从战略和战术两个方向去思考，从环节和细节上解决销售回款问题，而其中最为有效的一个方向就是——攻心。
在销售回款过程中，从客户心理八手，直接攻克客户心理防线，解决客户心底的顾虑，揭露客户回避的谎言，有效地实现回款。

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