<<怎样说客户才下单>>

图书基本信息

书名：<<怎样说客户才下单>>

13位ISBN编号：9787545404524

10位ISBN编号：7545404521

出版时间：2010-8

出版时间：广东省出版集团图书发行有限公司（广东经济）

作者：刘涛

页数：139

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>

<<怎样说客户才下单>>

内容概要

很多人错误地以为产品是最重要的，其实销售人员才是客户真正接触的第一产品，也是让产品具有灵魂的关键。

能不能让潜在客户在未来购买产品时想到你?能不能让客户对产品产生强烈的占有欲.....这些都掌握在销售人员的手上。

本书将揭示“说什么”、“怎样说”客户才下单的奥秘。

<<怎样说客户才下单>>

作者简介

刘涛，实战派营销专家，著名专业培训师。

曾任深圳普林哲企业咨询公司专任讲师。

24岁跨入营销业后开始广泛地向世界级营销大师学习；26岁时接受《经济日报》成功销售人士专访...短短数年时间已成为我国台湾地区30岁前白手起家、收入超千万的优秀专业营销经理人!在台湾及大陆演讲超过2000场次。

曾服务的客户有：统一7-ELEVEn连锁、康士美药妆连锁、宝岛钟表、TCL集团、格力空调等数百家企业。

讲授的销售与服务课程一度成为多家企业一线销售人员的必修课程。

<<怎样说客户才下单>>

书籍目录

第一章 “说”的重要性第二章 “说”前的自我修炼第三章 怎样“说”才能让客户看到价值第四章 “说”的辅助工具第五章 感受客户的感受第六章 引发客户有愿景第七章 把握下单时机第八章 “说”的注意事项参考答案工具表单

<<怎样说客户才下单>>

章节摘录

(1) 来自于产品自身的需求 对于来自产品自身的需求，销售人员可以按照产品的特性、功能、利益等进行解说。

很多销售人员在“说”产品时，往往急着介绍公司和产品，却忘了提产品能为客户带来什么利益，这只会让客户觉得“你说的跟我有什么关系啊？”

优秀销售人员必须要懂得站在客户的立场上，提供对客户有说服力的信息，才能让客户动心。

站在客户的立场上来想，会让产品信息变得更生动。

假如客户遇到的销售人员“说”产品时大同小异，客户最后通常只能用比价的方式来决定如何下单，这也是销售人员最不想看到的结果。

所以，销售时除了要提供足够的信息，也要注意尽可能多用实例来辅助说明，让产品解说变得更加具体而生动，才能让自己的解说与众不同，从而更有吸引力。

(2) 来自于心理的需求 心理的需求是销售成功的一个重要因素。

有时候客户缺少的只是心理上的慰藉，如果客户能够感受到销售人员对自己的关心，感觉到自己的存在价值，客户自我价值的需求得到了满足，那么销售人员就能找到成功的突破口。

<<怎样说客户才下单>>

编辑推荐

“说”小与客户的距离，轻轻松松拿订单。

拜访了千百次，却始终找不到与客户沟通的突破口？

客户心里在想什么？

客户真正的需求是什么？

你跟客户之间的话题和交流是否仅止于产品？

我们时常把注意力放在怎样促成客户下单上，而没有去深度聆听、挖掘客户内心真实的需求。

如果不曾花心思在这上面，你怎能让客户看到产品的价值呢？

《怎样说客户才下单》通过实战理论、技巧、案例帮助你学会用心去感受客户，通过沟通挖掘出客户的需求，轻轻松松拿订单！

<<怎样说客户才下单>>

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>