

<<成交从留住顾客开始>>

图书基本信息

书名：<<成交从留住顾客开始>>

13位ISBN编号：9787545408720

10位ISBN编号：7545408721

出版时间：2011-9

出版时间：广东经济出版社

作者：王延广

页数：188

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>

<<成交从留住顾客开始>>

前言

经常有销售员抱怨：面对进来就走和根本不进店的顾客，自己空有一身武艺，无法施展拳脚，想要说些什么，可对方根本不给自己机会。

究竟是什么原因导致了这些问题的产生？
难道我们就眼睁睁地看着顾客来去匆匆、无动于衷吗？

“巧妇难为无米之炊”，若没有顾客，再高的销售技巧、再好的心态、再丰富的产品知识，也是空谈。

那么，顾客没有留下来的原因是什么呢？
如何留住顾客？

顾客购买产品，是因为他有需求。
我们的店铺无法留住顾客，是因为顾客认为这里无法满足他的需求。
而这个判定的信息来源，则是我们的店铺、产品和人员所折射出来的信号。

店铺的装修风格、产品的陈列方式、环境、卖场气氛等，都会影响顾客的判断，而这些也是激发顾客的兴趣、让顾客产生联想和欲望的诱因。

销售员的服务态度、解说技巧，则会影响顾客的评估和对产品的信心，并最终影响顾客的去留。

兴趣→联想→欲望→评估→信心→感受→行动 上面的流程图除最后一步的“行动”为销售中的成交环节外，前面的六步均可以通过我们主动的改变来影响顾客的观念和判断，进而留住顾客，促使成交。

顾客喜欢联想，通过一个细微的问题而引出自己的推断。
也许这只是顾客管中窥豹所得出的片面结论，但我们要知道，顾客不会将这个结论告诉我们，也不会给我们改正的机会——我完全可以去别家购物，为什么要在这里浪费时间呢？

因此，任何细节上的缺失，都将导致顾客扬长而去：顾客进店后，发现店铺环境太差，认为这里销售的产品肯定也不好，顾客留下来继续购买的概率还有多少？

顾客进店后，看到销售员自说自话，完全无视他的存在，顾客留下来的概率还有多少？

顾客进来转了半天，发现这里并没有他喜欢的产品，顾客还会留下来么？

顾客跟你说话，想要获得帮助，结果你拉长着一张脸，并且语气欠妥，他还愿意留下来受气么？

昨天你和朋友吵架，导致今天心情不好，不自觉地吧顾客也当成了出气筒，顾客愿意留下来继续受气么？

你的穿着不修边幅，邋里邋遢，而对面的店铺和你所销售的产品一样，并且销售员的形象、气质也远胜于你，你觉得顾客会选择找谁呢？

驱赶顾客，今天，你做了吗？

我们希望，通过本书的学习和改变，能让你的顾客如此判定：这是一个好的购物场所，我愿意经常来到这里；这里有我需要的产品；这里的销售员热情、真诚，我相信他们能带给我优质的产品；这里的销售员很专业，刚好能为我排忧解难，选择最合适的产品；产品够不够好我不知道，但我相信销售员的人品；我居然不知道这个产品对我的重要！

谢谢你们的提醒！

没有尴尬，就像到了多年的老友家里，为什么我不多留会儿呢？

为了让亲爱的读者能更加清晰地理清本书脉络，本书内容分为“以店面设计吸引顾客”、“以产品魅力勾住顾客”、“以形象礼仪征服顾客”、“以服务技巧拉近顾客”、“以销售要领打动顾客”五篇，每篇又分为若干章节，给读者更加细化的体验(见下页图)。

以店面设计吸引顾客顾客不进店，或者进店之后又匆匆离开了怎么办？

顾客的需求需要挖掘，因为有时候连顾客自己都不知道自己需要什么。

光看一眼，就知道这里没有他所需要的产品么？

这显然是一个站不住的说法！

因此，在本书的第一篇，将重点讲如何通过一些小技巧的使用，来延长顾客的停留时间、扩大顾客与产品的接触空间、引导顾客找出需求，并最终促进成交。

<<成交从留住顾客开始>>

以产品魅力勾住顾客 顾客有需求，不代表他会购买；顾客有需求，也不代表他会购买许多。

为什么店里有顾客想要的产品，他却不买？

为什么顾客原本只需要某个产品，而有的销售员却能卖给他不止这个产品，还有更多与这个产品相关的配套产品？

这是因为产品魅力的展示影响着顾客的购买欲望。

什么是产品魅力呢？

是产品的功能，是材质，还是别的什么？

在本书的第二篇，将为大家一一道来。

以形象礼仪征服顾客 良好的形象礼仪，是赢得顾客信赖的开始，但绝对不是结束。

不仅如此，良好的形象礼仪也绝不是说一句“您好！

欢迎光临！

”或穿一套大方得体的职业装就能完全摆平的事情。

在本书的第三篇，将会解密我们在工作现场经常遇到的顾客流失原因，教你成为一名能以形象礼仪征服顾客的金牌销售员。

以服务技巧拉近顾客如何拉近与顾客之间的关系？

仅仅是说：“先生，您真帅！

”又或者“小姐，您真漂亮！

”就能打开顾客的心扉么？

仅仅是一个微笑，就能达成目的么？

拉近双方的关系，不仅需要技巧，也需要把握原则。

在本书的第四篇，将详细讲述与顾客搭讪有何技巧、有哪些需要注意的原则性问题、有什么样的规律。

通过学习，相信你一定能够成为一个拉近顾客关系的高手。

以销售要领打动顾客 如何介绍产品？

该使用怎样的对话模式？

如何让顾客相信物有所值而不再讨价还价？

如何令顾客这次来了，下次继续光临？

顾客投诉该怎么处理？

.....在本书的第五篇都会逐一解答。

还等什么？

马上开始你的学习旅程吧！

<<成交从留住顾客开始>>

内容概要

经常有销售员抱怨：面对进来就走和根本不进店的顾客，自己空有一身武艺，无法施展拳脚，想要说些什么，可对方根本不给自己机会。

究竟是什么原因导致了这些问题的产生？
难道我们就眼睁睁地看着顾客来去匆匆、无动于衷吗？

“巧妇难为无米之炊”，若没有顾客，再高的销售技巧、再好的心态、再丰富的产品知识，也是空谈。

那么，顾客没有留下来的原因是什么呢？
如何留住顾客？

顾客购买产品，是因为他有需求。
我们的店铺无法留住顾客，是因为顾客认为这里无法满足他的需求。
而这个判定的信息来源，则是我们的店铺、产品和人员所折射出来的信号。

店铺的装修风格、产品的陈列方式、环境、卖场气氛等，都会影响顾客的判断，而这些也是激发顾客的兴趣、让顾客产生联想和欲望的诱因。
销售员的服务态度、解说技巧，则会影响顾客的评估和对产品的信心，并最终影响顾客的去留。

<<成交从留住顾客开始>>

作者简介

王延广，中国门店销售实战讲师，门店管家训练机构首席讲师，PTT国际职业培训师，NLP认证讲师，CCTV-1《生活早参考》节目嘉宾，“六脉神剑”、“快乐成交”等品牌课程创始人。

授课风格：实战、有效、风趣。

轮训专家：

- 1.连续为欧普照明全国终端内训25次，创企业内训天数纪录！
- 2.连续为皇朝家私08奥运门店全国终端轮训12次！
- 3.连续为长城显示器全国终端轮训17次！
- 4.连续为爱特爱女装全国终端轮训9次！
- 5.连续为影儿时尚全国终端轮训4次！
- 6.连续为报喜鸟男装全国终端轮训4次！
- 7.连续为迪桑娜皮包全国终端轮训4次！
- 8.连续为马可波罗陶瓷终端轮训5次！
- 9.连续为L&D陶瓷终端轮训6次！
- 10.连续为新中源陶瓷终端轮训3次！
- 11.连续为康升家具终端轮训7次！
- 12.连续为美的电器终端轮训3次！
- 13.连续为金凯德门业终端轮训5次！
- 14.连续为汇泰龙卫浴轮训4次！
- 15.连续为蒙牛乳业轮训4次！
- 16.连续为格力空调轮训3次！

<<成交从留住顾客开始>>

书籍目录

序言

第一篇 以店面设计吸引顾客

延长顾客的逗留时间

给顾客设计一条路线

一束鲜花的功劳

好宝贝放在最里面

给顾客更多的浏览空间

店铺规划安全先行

让顾客感觉店内宽敞

学会利用顾客的习惯

给顾客营造人性化的购物环境

“创造回忆”让顾客共鸣

“以人为本”的布局留住顾客

大家好，才是真的好

第二篇 以产品魅力勾住顾客

让顾客知道产品的好

用多种形式宣传产品

夸产品是有诀窍的

不要只卖产品本身

赋予产品“灵魂”

产品衍生的服务也很重要

以产品塑造顾客身份

合理搭配为产品加分

突出产品“套装效果”

让产品“主次搭配”

搭配销售需要注意什么

第三篇 以形象礼仪征服顾客

不需最美只要最佳

销售员的标准仪容

正确展示你的个人魅力

打造留住顾客的最佳仪容

佛靠金装，人靠衣装

着装要符合当前的身份

销售员的着装要点

制服着装的禁忌

饰品佩戴有讲究

别用你的身体语言驱赶顾客

动作是态度的表达

顾客面前如何坐立行走

顾问面前如何用好表情

尊重顾客才能留住顾客

.....

第四篇 以服务技巧拉近顾客

第五篇 以销售要领打动顾客

<<成交从留住顾客开始>>

<<成交从留住顾客开始>>

章节摘录

版权页：上面讲了如何打造“清新淡雅”的职业形象，仅仅如此，自然是远远不够的。

提升魅力的第二步，叫做锦上添花。

如何做到呢？

那就是巧用搭配，视觉引导。

职业装整体上以严谨为主要风格，并且款式固定。

或许很多销售员因此而感到郁闷，担心自己身材不好，穿上职业装不好看，这很正常。

其实，只要巧妙地选择衣服的大小，合理地利用一些允许佩戴的饰物，如领结、领带或者丝巾等制造视觉错位，就可以将你所担心的问题巧妙地化解。

职业装主要的问题出现在两个地方，一个是脖子，另一个是腿。

如果感觉脖子太长，那么领口就不能留太开，也可以系上丝巾营造蓬松效果；脖子太短，可以将领口开成“V”形，拉长脖子的空间感，脖子上若有饰物，也要让它尽量变小、变窄。

如果制服是裙装，担心腿太粗或者腿形不漂亮，穿出来太难看怎么办？

我们可以选择一只脚在前、一只脚在后的站立方法，利用视觉错位，以减小腿部的视觉接触面的办法来进行修饰。

没有丑的衣服，只有丑的搭配。

不用羡慕别家的正装有多么好，只要搭配合理，你的职业装也能散发出迷人的魅力。

男销售员着装：线条分明，一丝不苟男销售员在亲和力上比不过女销售员，这是天生劣势。

因此，在着装上也走亲和路线，不容易体现出男销售员的魅力所在。

为了让男销售员的着装风格区别于女销售员，在着装的选择和搭配上要走线条分明、一丝不苟的路线。

大体来说，男销售员的着装风格，必须具有明显的性别感。

线条简单有力，色彩和谐、大方亦便于行动。

男销售员需要打造形象就是，让顾客觉得“这是一个做事认真的人”、“这是一个能为我提供专业服务的人”、“这是一个值得信赖的人”。

由于最常见的男职业装以西装、衬衣、领带和皮鞋为主，因而男销售员的着装就要从这几个方面入手。

<<成交从留住顾客开始>>

媒体关注与评论

欣闻王延广老师的第四本关于市场销售的书出版，谨表示衷心的祝贺！

王老师作为门店管理专家，从理论到实践的系列讲座，受到行业的欢迎。

——香港家私协会高级顾问陈清华头回客如何变成回头客，这是每一个导购都在想的问题，王延广老师这本书就解答了这个困惑。

同时，王老师的培训打开了我们雅洁公司营销人员的智慧之门。

——广东雅洁五金有限公司营销总监周炽湛王老师作为实战派门店营销专家，对终端销售有着深入的研究。

本书的出版，为门店终端销售提供了新的思路、新的方向。

——东莞市日兴格力电器销售有限公司总经理赖天荣培训的目的只有一个：快速转换成销售能力。

王延广老师作为国内知名的门店管理专家，将自己的实战经验在培训中应用到极致，通过行为学习法让所有听课的销售人员受益良多。

——创维集团（中国区域）营销总部市场部培训科经理刘薇怎样留住顾客，的确是零售终端遇到的最头疼的问题。

王延广老师的《成交从留住顾客开始》，让我受益匪浅。

他凭借多年的实战经验和成熟的培训体系，对门店提升业绩的指导简单、实用、有效。

——重庆市蒙牛乳业销售有限公司总经理于宏章

<<成交从留住顾客开始>>

编辑推荐

《成交从留住顾客开始》：门店管家训练机构，9年实战经验，受益听众超200000人次！
60个实战技巧现学现用、门店销售实战讲师王延广最新力作！

<<成交从留住顾客开始>>

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>