

<<成交没你想的那么难>>

图书基本信息

书名：<<成交没你想的那么难>>

13位ISBN编号：9787563934911

10位ISBN编号：756393491X

出版时间：2013-5

出版时间：吕宁 北京工业大学出版社 (2013-05出版)

作者：吕宁

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>

<<成交没你想的那么难>>

前言

销售是一项充满挑战的工作，需要一定的天赋和能力。

即使在同样的环境下从事同样产品的销售，不同的销售人员所做出的业绩也会有天壤之别。

而成为行业中的精英，拿到丰厚的奖金是每位销售人员都强烈追求的终极目标。

有人说：“我就是卖不出去产品，每个月只能一次又一次受打击！

”其实不然，没有销售不出去的产品，只有不会营销的销售人员。

没有人是天生的成功者，任何一位顶尖销售都是通过不断的努力和付出换来成功的，他们从不害怕困难和挫折，他们能够在充满艰辛的销售之路上坚持下去。

据调查，超过八成的顶尖销售把自己的成功归功于不懈的努力和对工作的执着。

没错，困难永远打不倒执着者，只会吓跑胆小鬼。

因此，别把“销售”视为畏途，更不要把“推销”当作困难的字眼。

这难易的转换其实只在你的“一心”之间，有心者如原一平，可以从一个其貌不扬的小小业务员做到万人艳羡的“推销之神”；无心者如万千平庸的销售人员，在垂头丧气与被拒绝之中堕入销售的“死循环”。

所以说。

顶尖销售与平庸销售的分别，全在你的一颗心。

本书将从心理、礼仪、技巧等多个方面深入浅出地为销售人员讲解销售技巧，其间辅以生动有趣的案例，从日本的“推销之神”原一平到世界顶尖的汽车销售大王乔·吉拉德，你会在书中看到一位又一位前辈大师的经验。

在借鉴这些世界销售大师经验、技巧和智慧的基础上。

你还会学到一些销售人员的必备知识，例如，如何交换名片，如何探索客户的需求，如何给客户发送电子邮件和电话留言。

如何利用客户的各种心理需求来进行销售，如何赢得客户的忠诚等。

这些知识不仅适用于一些初入销售之门的新人，对那些长年奋斗于销售第一线的行家里手也有很大的益处。

这不仅是一本销售教材，更是一本销售秘诀。

<<成交没你想的那么难>>

内容概要

《成交没你想的那么难:给销售新手的建议和忠告》共分为十二个章节，将从心理、礼仪、技巧等多个方面深入浅出地为销售人员讲解销售技巧，其间辅以生动有趣的案例，从日本的“推销之神”原一平到世界顶尖的汽车销售大王乔—吉拉德，你会在书中看到一位又一位前辈大师的经验。在借鉴这些世界销售大师经验、技巧和智慧的基础上，你还会学到一些销售人员的必备知识。这不仅适用于初入销售之门的新人，对那些长年奋斗于销售第一线的行家里手也会有所启发。

<<成交没你想的那么难>>

书籍目录

第一章没有信心和好心态做不好销售 相信天生我材必有用 自信使你充满活力 不断改造自己,提升自己 表演得精彩,客户才会为你喝彩 销售工作中没有完不成的任务 逃避困难不如想办法解决困难 毫无目标比有坏的目标更坏 把目标拆分成一个又一个详细的计划 第二章不懂客户心理学做不好销售 了解客户,才能满足客户的需求 客户最关心的是自己的利益 花最少的钱买到最好的东西 知道客户心里在想什么 客户乐于成为你的“上帝” 客户希望得到关怀与实惠 很多人喜欢“跟风”去购买 顾虑是心与心间的一道鸿沟 客户都有逆反心理 客户购买产品就是为了内心的满足感 客户希望享受更好的服务 第三章做销售如何给客户留下好印象?

姿态礼仪决定你的形象 初次见面先从寒暄入手 第一次见面的直观感觉就是你的形象 10秒内抓住客户的心 不准时赴约代表不把客户当回事 牢记客户姓名赢得客户的好感 交换名片是“换”,而不是“要” 第四章做销售如何激发客户对产品的兴趣?

销售首先是激发客户兴趣 激发客户兴趣只需一分钟 怎样引起潜在客户的兴趣 通过邮件激发客户好奇心 夸张的吹嘘只会让客户反感 强行推销只会赶跑客户 第五章做销售如何先与客户交心再谈生意?

先交心,后交易 真诚是说服客户的最好武器 把自己当作客户 像专家一样介绍产品 掌握客户知识最重要 成交离不开适宜的说话方式和丰富的想象力 第六章做销售如何让客户感到满意?

善用“情感营销”付出才会有回报 摸清客户能够承受的价格底线 产品的价格一定要恰当 主动让步,让客户满意 让客户了解产品物有所值 在变通中捕捉机遇 别太在意眼前的利益 第七章做销售如何应对不同类型的客户?

大气型客户最关心的是业绩和效率 千万不要对有主见的客户过于热情 精挑细选型客户最需要你的诚恳 独特的产品最能吸引标新立异型客户 对理智型客户,承诺的一定要做到 对贪婪型客户,不可完全满足对方 对吝啬的客户,要着重强调一分钱一分货 对刁蛮的客户,要把所有条款先谈清楚 第八章做销售如何巧用推销策略?

与成功者搭建桥梁 庞大的群体效应影响潜在客户 独木难成舟,团结有力量 随机应变促成交易 巧妙利用“爆米花效应” 用价格吸引客户 及时捕捉客户的购买意愿 第九章做销售如何面对客户的拒绝?

谁都不是“常胜将军” 抱怨的原因就是拒绝的原因 通过诱导让对方跟着你的思路前行 谁都不会拒绝“自己人” 应对客户拒绝有妙招 幽默让客户警惕心放松 第十章做销售如何做好电话销售?

出色的销售都是从电话开始的 让电话由冷变热 起关键作用的无约电话 成功电话销售五步走 电话销售过程五忌 电话销售的注意事项 毫无新意的电话留言是销售最大的敌人 第十一章做销售如何运用促销方式?

促销打折的优势与形式 火越烧越旺,人越“吵”越红 促销活动主题设计要新颖、有趣 促销也要顺势 站在客户的角度上选择促销方案 让打折促销产生的效应延伸 精心布置促销现场 处理换季产品坚持“快、狠、准”的原则 第十二章做销售如何运用网络平台?

网店营销,企业营销的第二渠道 巧用网络营销以小钱赚大钱 利用搜索引擎做好营销 微博营销的力量格外强大

<<成交没你想的那么难>>

章节摘录

版权页：但是小学徒要求掌柜的听他的指挥。
他对掌柜的说无论谁问这件大衣多少钱。
一定要回答三千两银子。
掌柜的觉得这个要求十分莫名其妙。
因为两千两银子都卖不出去。
更何况三千两银子。
但是他心中好奇。
也就答应了小学徒这个要求。
两人商量好之后。
小学徒在前面照看门面。
而掌柜的在后台算账，上午基本没有什么客人来，到了下午。
店中来了一位姑娘，她在店中转了一圈后看中了那件雪貂皮大衣，她问小学徒：“这件大衣多少钱？”
小学徒假装没有听到。
继续自己忙自己的。
姑娘又大声地问了一遍，小学徒这才反应过来。
他对姑娘说：“不好意思。
我还是新来的。
耳朵有些背。
这件大衣的价格我也不太清楚。
我去帮您问问掌柜的。”
说完后他就：中着后堂大喊了一声：“掌柜的，那件雪貂皮大衣卖多少银子啊？”
掌柜的回答说：“纹银三千，一分不少。”
“多少钱？”
“小学徒又问了一遍。
“纹银三千，一分不少！”
掌柜的又大声说了一遍。
此时姑娘已经听到了价格。
她觉得太贵。
于是不准备买了。
而此时小学徒憨厚地对姑娘说：“掌柜的说了。
纹银两千。
一分不能少。”
姑娘一听顿时心花怒放。
她认为肯定是小学徒耳背听错了。
这意味着自己能够少花一千两银子买到这件衣服。
于是她欣喜异常。
又害怕掌柜的出来就不卖给她了。
连忙付钱拿了衣服就匆匆地离开了。
就这样。
小学徒轻松把这件滞销的雪貂皮大衣按照原价卖了出去。
这位小学徒其实就是利用了这位姑娘的占便宜心理成功把衣服卖了出去。
而销售人员在推销自己的产品时也可以利用客户的这一心理，用价格的悬殊对比来促进销售。
其实很多成功的销售人员都经常利用客户爱占便宜的心理来促成自己的生意。
优惠促销是推动销售的最佳办法之一，因此优惠政策就是你抓住客户心理的一种推销方式。
大多数客户只会看你给出的优惠是多少，然后和你的竞争对手进行比对，如果你没有让客户觉得满意

<<成交没你想的那么难>>

和实惠，那么客户自然会离你而去。

因此你在推销的过程中不仅要注意产品的质量，还要注意满足客户这种想要优惠的心理需求。

但是，优惠也不过是一种推销手段，说到底就是用小利益来换大客户，你还是有利可图的，不然商场中也不会总是出现“买就送”、“节日酬宾”等活动了。

当然，在优惠的同时，你还要给客户传达这样一种信息：“优惠并非是天天都有的，你十分幸运，得到了这次机会。

”这样一来。

客户的心理才会得到更多的满足，他们才会更愿意与你合作。

<<成交没你想的那么难>>

编辑推荐

《成交没你想的那么难:给销售新手的建议和忠告》不仅是一本销售教材，更是一本销售秘诀。金牌销售与平庸销售的分别，全在你的一颗心。敲开成交之门，让销售不再困难。

<<成交没你想的那么难>>

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>