

<<换个思维找客户>>

图书基本信息

书名：<<换个思维找客户>>

13位ISBN编号：9787806008034

10位ISBN编号：7806008039

出版时间：2003-9

出版时间：京华出版社

作者：范云峰

页数：203

字数：250000

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>

<<换个思维找客户>>

内容概要

现如今，已经进入了一个以客户为中心的时代，给人一时之衣食不如给人一世之思想，给人一时之机巧不如给人长久之思维来得更为长远和实在。

在不少人认为只有惟利是图才能生存的时候，让我们换一种思维，换一种活法，同时也换一种人生。

换一种思维找客户，换什么样的思维呢？

思维有许多种，平向的、逆向的、发散性的等等，因人因时因地因事而宜，千差万别，不一而足，但总之还是要举一反三，灵活运用，方可渐达融会贯通、游刃有余之境。

时空变幻，思维无边，故而本书只是尽量启发人们多换一种思维，多开一方天地，简明阐述企业科学开发客户的步骤和技巧，并无“包打天下”的企图。

现代营销时代，人常云商场如战场，但我更愿意说只有互惠互利，坚守诚信，客户与企业之间才可能存在一座永恒的桥梁。

<<换个思维找客户>>

作者简介

范云峰，中国营销管理实务派代表人物；中国营销学会副会长；中国市场学会理事；光天化日华大学CEO营销课程客座教授；北京工商大学硕士生导师；中国商贸专家委员会委员；《市场周刊》等杂志顾问；傻子年广九集团、上海康洁洗衣机构等数十家企业总顾问、总策划人；中国最具影响

<<换个思维找客户>>

书籍目录

准备 打开“虚掩的门” 初步了解客户开发的几个步骤 了解影响客户成交的力量 小结第一步 寻找客户 抓住“机会的手” 寻找客户的原则 寻找客户的22条渠道 小结 第二步 评估客户 仅靠交谈是不够的 影响客户评估的7个因素 了解客户后的好处 麦凯的66个问题 建立客户资料卡 客户开发绩效考核 小结第三步 接近客户 信函成了敲门砖 巧妙利用工具 熟知自己的产品 判断客户的类型 约见客户 制定访问计划 16种接近客户的方法 小结第四步 讲解与示范 把脚穿进客户的鞋里 我们的产品能给您带来什么利益 您为什么要买我们的产品 向客户销售利益的方法 洽谈技巧 语言技巧 销售示范 小结第五步 处理异议 抵触情绪是可以消除的 我们所理解的客户异议 清楚客户为什么产生异议 客户异议的类型 客户异议的处理原则 处理客户异议的7个方法 小结第六步 成交 没有品牌的洗衣粉怎么成交 注意成交信号 帮助客户权衡利弊 引导成交的方法 成交的困难 提议成交的次数 坚持成交三原则 小结 附录 实战应用模版 附录1：销售人员业务岗位规程 附录2：销售代表出防准备细则 附录3：销售人员开拓新客户奖励办法

<<换个思维找客户>>

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>