

<<最新营销业务代表实战训练手册>>

图书基本信息

书名：<<最新营销业务代表实战训练手册>>

13位ISBN编号：9787104015314

10位ISBN编号：7104015310

出版时间：2002-05-01

出版时间：中国戏剧出版社

作者：《现代营销最前沿》课题组

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>

## <<最新营销业务代表实战训练手册>>

### 内容概要

#### 第1章营销业务代表的个人素质训练

每当人们向成功的业务代表请教他们成功的经验时,他们多是莞尔一笑道:“我不过是会耍几个小魔术罢了。”当然,这里所提的“小魔术”,并非是你在营销时,要先给客户来几招吞火球、解绳扣的游戏,而是说,一个成功的业务代表在进行营销工作时,要注意把握好微小的细节,要让客户在细微处知察你的谦虚、你的礼貌、你的君子风范,从而与你产生亲近感而达成交易。常说“一滴水也能反映出太阳的光辉”,一个人的领结如何打,坐站是否得体等,这些小事可能就会影响到客户对你的第一印象,可能会对是否成交产生决定性的作用。所以,世界上最伟大的业务代表成功的基础,就是要熟练掌握下面介绍的各种技巧并加以训练,你千万别小看哦。

如何永远记住客户名字的3种方法

安排客户如何就坐的方法

业务代表穿衣打扮的5个要素

如何正确使用名片的6项要点

如何请客吃饭的关键点

如何登门探访的关键点

如何使用公事包的关键点

如何利用信函的4项原则

如何向客户赠送小礼品的技巧

如何说“对不起”的技巧

#### 第2章营销业务代表的心理素质训练

帕克是美国一家计算机软件公司的业务代表,他也是闻名全美的伟大业务代表。他曾对记者说:“我们公司有5000名业务代表,其中收入富裕的尚不及8%。”从帕克的话中,我们不难了解到,在无数的营销队伍中脱颖而出、登上事业巅峰的伟大业务代表是多么的少之又少,而对伟大业务代表而言,他们又是克服了多少艰难险阻方达到了胜利的彼岸!

营销工作是一个高风险而又高收入的职业,这个行业特质吸引了一大批富于挑战自我、勇于开拓的有志人士,他们每时每刻都在努力着、奋斗着,期望自己能像帕克一样成为一名事业有成、收入丰盈的伟大业务代表。

你是否具备担当业务代表的7个条件

消除营销自卑感的8个方法

制定自己事业目标的方法

评估营销能力的21个标准

业务代表必须了解的6大专业知识

改善自己社交能力的方法

保持执着坚韧不放弃的方法

运用时间的8种方法

节约时间的9项原则

敢于成功的“冥想”法

#### 第3章营销业务代表剖析客户的技巧训练

哲学家德谟克利特说过:“世界上没有两片相同的叶子。”同样的,世界上也没有两个完全一样的人。人的脾气秉性不同,身份品味不同,处世观念不同,他们的思维意识和行为方式就不同,在购买商品时,表现出来的神情举止也就不同。我们在营销工作时,要注意看清不同类型的客户,要对不同的客户采取因人而异的营销方式。

如果我们不分青红皂白,一味地用一种口气、一样的措辞来接街性情各异、身份高低不同的客户的话,不碰一鼻子灰才是奇迹呢。

将客户分类的6种方法

如何频频发问的技巧

## <<最新营销业务代表实战训练手册>>

如何把握语言主动权的技巧

如何应对高傲型客户的技巧

如何应对老实型客户的技巧

如何应对挑剔型客户的技巧

如何应对暴躁型客户的技巧

如何应对知识渊博型客户的技巧

如何应对讲价型客户的技巧

第4章营销业务代表“不怕拒绝”的技巧训练

不管你的营销能力有多强,营销技巧有多高超,恐怕每一位业务代表都听到过客户说“我不买”的拒绝之辞,甚至有时你尚未说完一句话,客户就会摇头说“不”,犹如一桶冷水,浇在你热忱的信心之上,令你如梗在喉,羞恼不已。

遇到这种情况时,一些业务代表往往会拂袖而去,但优秀业务代表却另有应对的办法,他们会像医生诊病一般,巧妙地洞察客户说“不买”的缘由,迅疾地施行“救治”措施,达到交易成功的目的。

处理客户说“不”的8种方法

应对客户拒绝的7种方法

改变客户拒绝的15个战术

让嫌贵的客户点头的战术

让走掉的客户再回来的7种战术

让犹豫不决的客户下决心的战术

应对客户批评的5种技巧

如何让客户迅速签合同的方法

第5章营销业务代表寻找客户的技巧训练

寻找客户,是整个营销过程的第一步,在找到了营销目标后,才可以开始问候、介绍产品、达成协议,直到交易完成。营销新手们多是热忱有余,逢人就礼貌寒暄,亲切介绍产品,而对方不是摆手否决,便是不耐烦地扬长而去……而世界上最伟大的业务代表却多是聪明地把时间精力投注在有成交希望的客户身上。

他们有一双慧眼,能在茫茫人海中找寻出那些有购买意愿的人,能颇富心机地去挖掘,掌握这些客户的详细资料,进而提供有针对性的营销服务,实施个性化的营销手段,从而轻易地达成成交意向。

寻找有成交希望客户的方法

如何吸引客户注意的方法

如何锁定最佳客户的方法

从公司内部找客户的战术

让老客户发展新客户的战术

让亲朋好友成为客户的战术

从同事手里争客户的战术

从公共名册中找客户的战术

从宣传媒介中找客户的战术

从街区中找客户的战术

从展览、会议中找客户的战术

通过调查发现客户的战术

从电话、邮寄中挖掘客户的战术

刺探客户内部情报的5大战术

如何建立和利用客户“档案”

第6章营销业务代表的商谈技巧训练

业务代表是靠嘴巴来赚钱的行业,凡是优秀的业务代表,哪一位不是拥有一付伶牙俐齿呢?你的产品品质再好,价位再合理,如果你不能用恰当的语言来告之客户,感动客户,又如何让客户认知你的产品,打开钱袋购买你的产品呢?

业务代表在向客户营销产品时,这第一句话怎样说,才能吸引客户停下脚步听你介绍呢?当客户频频摇头

## <<最新营销业务代表实战训练手册>>

拒绝时,说什么才能令客户从“我不要”变成“我想要”呢?当客户轻蔑你及你的产品时,你用什么妙语能让客户认知你及你的产品呢?这些难题是每一位业务代表都经历过的,有人会放弃,有人会默认失败,但优秀业务代表却能用一根舌头,妙语生花,让客户高高兴兴地打开钱包,把你的产品买回去.是优秀业务代表有魔力吗?当然不是,他们只不过是掌握了营销辞令的技巧而已.

把握商谈时间的4种方法

恰当地赞美客户的3种方法

让态度变得谦恭的方法

使语气语调变得动听的方法

熟练掌握“营销魔鬼词典”的方法

用提问引发客户共鸣的方法

去掉口头禅的方法

使用“比喻法”的绝招

用倾听去摸清客户底细的方法

用资料说服客户的3种方法

避免与客户发生争论的5种方法

如何结束营销谈话的6种方法

避免在结束商谈时失败的16个方法

第7章营销业务代表利用电话的么巧训练

要将商品营销出去,要担生意做成功.得讲究方法与手段,电话营销便是营销方式之一.虽然打电话时,无法面对面地接触客户,无法从客户的神色及肢体语言中了解客户的心理活动,但至少可以了解对方的态度,而且,打电话的方式速度快,节省时间,可以在短期内对众多人群进行调查,也可以使下一步的营销工作更有针对性,减少盲目行动.

一个世界上最伟大的业务代表的成长历程中,电话营销是甚极为重要的一部分,而掌握了电话营销技巧的业务代表,其成交额中的很大一块也是由那根长长的电话线赚来的.

确定电话营销对象的战术

什么样的开场白最有效

什么样的电话营销方式最有效

撩拨客户兴趣的战术

如何达到打电话的目的

如何消除电话推销失败的五大原因

记住电话营销客户的方法

用电话宣传产品的方法

从电话里听出客户心思的方法

如何对付客户拒绝约见的战术

用电话说服客户达成交易的方法

何时打电话给客户最容易成交

掌握何时放下话筒的战术

让传真.信件帮忙的方法

为何你的电话营销会失败

如何让电话挽救溜掉的生意

第8章营销业务代表掌控客户的技巧训练

营销过程实际上就是业务代表与客户心理较量的过程,谁先洞析到“对手”的心中所想,谁就能在这场较量中占得先机,谁就有较大的胜算.

一个成功的业务代表,往往初与客户相见,便能敏锐地看穿客户的所想所需,能有针对性地把资讯提供给客户,使客户的心理得到满足,有利于交易的成功.比如有些客户心中有购买意愿,但却存有某种疑虑,迟迟不肯签单,有经验的业务代表会马上洞析其疑虑所在,会用诚恳.有说服力的事例来感动客户,赢得生意.

## <<最新营销业务代表实战训练手册>>

所以说,一付火眼金眼是优秀业务代表的必备.

如何窥破客户的所想所需

客户为何惧怕签单

消除客户心中疑虑的战术

清除客户戒备心理的21种战术

...让客户相信你的7种战术

迅速打动客户心的11个战术

第9章营销业务代表的成交技巧训练

你有没有想过,为什么销售同样产品的业务代表,成就却有天壤之别——排名前20名的业务代表,总能完成80%的销售营销 答案很简单,他们运用了百战百胜的业务代表经典成交技巧.

成交虽然是营销的最后步骤,但也是营销的至高境界.只是要达到这个境界,需要在成交前完成一系列的必须程序——开口问询.介绍产品.赢得信任等等,这些步骤缺一不可.而且都是要仰赖于高超的技巧来完成的.

所以说,百战百胜的业务代表经典成交技巧是每一个业务代表的必修课.

嗅出成交机会的方法

搬掉成交障碍的3种战术

掌握成交最佳时间的方法

诱导客户成交的18种方法

成交的魔法词典

巧妙利用“第三人推荐”的成交战术

巧妙利用“免费赠品”的成交战术

巧妙运用直接营销的10个方法

巧妙扮演各种角色的11种战术

精心培植长期客户的7个方法

绝处逢生的4个技巧

第10章营销业务代表的售后技巧训练

世界上最伟大的业务代表都知道,——签合同不是营销的结束,而是营销的开始.从客户决定购买开始,你就必须尽力做到你所答应的事情.最好是让客户觉得,你做得有过之而无不及,这样你就赢得口碑与活招牌,就会帮你推荐客户,你的资金也就越来越多.

对于成交后的售后工作同样重要,如果你能做得妥贴的话,客户不仅不全退货,说不定会成为你一个固定的长期客户.

让表现锦上添花的战术

做好售后服务的18个方法

提高销售额的15个战术

留住客户的10个原则

不让客户移心别恋的6个方法

避免客户反悔的9个方法

让怒火冲天的客户消火的11个方法

第11章营销业务代表的十大战术

销售主管与业务代表的目的是一致的,即把产品营销出去则大功告成,而销售主管与业务代表的工作重点却不尽一致.销售主管除了要管理好手下的营销队伍之外,如何策划.启动营销工作是主管们最为重要的任务.

一个新产品诞生后,如何走向市场.以怎样的面目走向市场,从哪个角度去宣传,产品的哪个特点要凸显,等等,这些问题,与产品能否打开市场.能否有生命力,是息息相关的.二个伟大的销售主管只有具备了以下十大战术的精髓,方可百战不殆.

抢先战术

认知战术

<<最新营销业务代表实战训练手册>>

焦点战术  
佯输战术  
牺牲战术  
坦白战术  
速食战术  
无我战术  
金钱战术  
炒作战术

<<最新营销业务代表实战训练手册>>

作者简介

作者：《现代营销最前沿》课题组出版社：中国戏剧出版社出版日期：2002-05版次：1包装：精装开本：32开页数：

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>