

<<开单王>>

图书基本信息

书名：<<开单王>>

13位ISBN编号：9787111369349

10位ISBN编号：7111369343

出版时间：2012-2

出版时间：机械工业出版社

作者：肖晓春

页数：251

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>

## <<开单王>>

### 内容概要

同样的品牌、同样的产品、同样的店面、同样的顾客群，为什么开单王的营业额是普通销售人员的几倍、甚至几十倍？

他们凭什么成为“开单王”？

他们每天以怎样的心态和习惯在工作？

他们在销售过程中如何取悦客户？

如何塑造产品价值？

如何用故事打动客户？他们说了什么话？

做了什么动作？

运用了哪些方法技巧？

他们的成功是否有共通的规律可以借鉴？

本书作者深入调研和走访了各行各业成百上千的开单王，总结提炼出六大成功开单DNA：信念力、习惯力、悦客力、产品力、故事力和成交力，助你在短期内快速建立正确的销售信念，养成良好的销售习惯。

<<开单王>>

作者简介

肖晓春，著名营销教练，连锁实战专家 北京师范大学特许经营学院客座教授 北大、清华、中大总裁班授课导师 广东省商业联合会首席培训师 广州市创业指导专家及项目评审专家 智本家学院、智本家咨询合伙人 各大行业峰会及经销商大会主讲嘉宾 开单王冠军销售特训营总教练 终端王团队复制工程首席导师 连锁王目标达成系统总顾问

## &lt;&lt;开单王&gt;&gt;

## 书籍目录

## 客户满意成就开单王

## 第1章 信念力

- 1.1 成为开单王的秘密
  - 1.1.1 一定要做开单王
  - 1.1.2 像开单王一样思考和行动
- 1.2 做“发光体”不做“黑洞”
  - 1.2.1 你是“发光体”还是“黑洞”
  - 1.2.2 把关注点放在你想要的事情上
  - 1.2.3 使用正面语言
- 1.3 让客户喜欢你就对了
  - 1.3.1 让客户购物全程开心愉悦
  - 1.3.2 说客户喜欢听的，听客户喜欢说的
  - 1.3.3 因为有你在，客户才再来
- 1.4 宁可白做，不可错过
  - 1.4.1 把每个客户都视为大客户
  - 1.4.2 永远比别人多做一点点
- 1.5 客户拒绝正是成长的好机会
  - 1.5.1 挑剔的客户是最好的老师
  - 1.5.2 客户拒绝使我又有了成长的机会

## 第2章 习惯力

- 2.1 望：察言观色读懂客户
  - 2.1.1 客户购买力
  - 2.1.2 客户购买兴趣
  - 2.1.3 客户类型
- 2.2 闻：积极反馈引导客户多说
  - 2.2.1 倾听什么
  - 2.2.2 如何倾听
  - 2.2.3 复述引导
- 2.3 问：提问前先设计好
  - 2.3.1 如何提问才有效
  - 2.3.2 收集信息，挖掘需求
- 2.4 切：切入客户频道
  - 2.4.1 切入客户感兴趣的话题
  - 2.4.2 为客户推荐合适的商品
- 2.5 动：带动客户互动
  - 2.5.1 店里没客
  - 2.5.2 客户进店
  - 2.5.3 客户离店

## 第3章 悦客力

- 3.1 像关爱孩子一样关爱客户
  - 3.1.1 亲切
  - 3.1.2 哄
  - 3.1.3 耐心
- 3.2 真心为客户的利益着想
  - 3.2.1 提供满意的服务

## <<开单王>>

3.2.2 为客户省钱

3.3 开口说话先赞美

3.3.1 寻找赞美点

3.3.2 赞美技巧

3.3.3 介绍产品前先赞美

3.4 你给客户面子, 客户给你票子

3.4.1 用语言给客户脸上贴金

3.4.2 以动作提升客户的优越感

3.5 用心服务感动客户

3.5.1 贴心关怀

3.5.2 意外惊喜

### 第4章 产品力

4.1 产品卖点之“最”提炼

4.1.1 不卖更好而卖不同

4.1.2 产品“最”卖点提炼

4.1.3 一句话产品开场白

4.2 产品解说两大法则

4.2.1 FABE推介法

4.2.2 构图讲解法

4.3 “三觉五动”产品演示

4.3.1 视触听三觉刺激客户感官

4.3.2 五动演示让客户迈不开腿

4.3.3 巧用道具展现产品优势

4.4 客户体验及引导

4.4.1 引导客户参与体验

4.4.2 引导客户正面评价

4.5 包赢不输的竞品对比法

4.5.1 产品优缺点对比法

4.5.2 产品优势转化法

### 第5章 故事力

5.1 好故事胜过千言万语

5.1.1 好故事 = 说服力

5.1.2 好销售故事的三大标准

5.2 编演感人故事的黄金套路

5.2.1 编销售故事七步曲

5.2.2 讲好销售故事的四大技巧

5.3 设计销售故事的两大关键

5.3.1 加入客户熟悉的元素

5.3.2 引导客户参与其中

5.4 吸引客户注意的故事

5.4.1 企业品牌故事

5.4.2 产品卖点故事

5.5 打动客户买单的故事

5.5.1 客户见证故事

5.5.2 讲自己的故事

### 第6章 成交力

6.1 不销而售的成交策略

## <<开单王>>

- 6.1.1 与客户站在同一阵线
- 6.1.2 让客感觉占尽“便宜”
- 6.2 三招扭转客户拒绝
  - 6.2.1 顺：用“垫子”肯定客户的观点
  - 6.2.2 转：把客户注意力转移到价值利益上
  - 6.2.3 收：主动争取成交
- 6.3 价格异议处理
  - 6.3.1 前期询价：制约预防
  - 6.3.2 中期谈价：示弱 + 坚持
  - 6.3.3 后期还价：323法则
- 6.4 运用一切力量成交
  - 6.4.1 识别客户成交的信号
  - 6.4.2 成交的三个最佳时机
  - 6.4.3 常用成交八法
- 6.5 销售从交易结束开始
  - 6.5.1 一句话让营业额上升15%以上
  - 6.5.2 五招让客户无后顾之忧留下联系方式
  - 6.5.3 老客户转介绍

章节摘录

介绍汽车：您想象一下，当您傍晚开着这辆车载着您的爱人，行驶在海边的小道上，宽阔的海面上白帆点点，海风吹起您爱人的长发，轻轻拂在您的脸上，那是一种多么浪漫又美妙的感觉啊！

介绍装修：我们的设计是要把卧室和书房安排在一起，这样工作和休息可以最大限度地结合。您想象一下，当您入睡时知道爱人就在身边不远处陪伴，您不仅会睡得更加安心香甜，浓浓的爱意也顿时油然而起，对吧？

介绍手链：小姐，您这个拎包名贵又精致，如果您的手腕上再配上一条心仪的手链，那将是完美搭配！

您可以想象一下您挎着名贵的拎包，带着典雅的钻石手链，无论在何场合，您都会被众多目光所吸引，不是明星，胜似明星！

构图讲解法就是通过感性生动的语言在客户的大脑里清晰描绘出幸福美满的使用画面，增加客户的参与感，让客户提前享受拥有产品的乐趣，从而刺激客户的购买欲望。

这时候在销售中就不是一个人在销，一个人在买，而是客户自己在形成购买的自我沟通。

在使用构图讲解法时，要注意应用的三个时机：（一）功能描述的时候 例如：这种床垫不但柔软舒适，而且具有按摩功能。

当您下班回家，很疲倦的时候，仅需要往床上一躺，按下按钮，就能按摩全身的各个穴位，舒筋活络，让您觉得气血畅通…… .....

## <<开单王>>

### 编辑推荐

对于销售人员而言,《开单王》将助你成为“开单王”,创造之前3倍、5倍、10倍的业绩和收入

!

对于销售管理人员及代理经销商而言,本书将助你培养多位“开单王”,帮您快速飙升业绩、做旺一家门店、一方市场!

!

对于商场超市或品牌公司而言,本书将助你培养一批“开单王”,为您带旺一个大型商超或者撑起一个全国畅销品牌!

!

!

【开单王冠军销售特训营】是业界第一个零成本飙升业绩、打造冠军营销团队的实战培训课程,由著名营销教练、连锁实战专家肖晓春导师研创并领衔主讲。

您希望自己成为“开单王”,创造之前3倍、5倍、10倍的业绩和收入吗?

您希望自己的企业拥有一批“开单王”,打造一支营销铁军、成就畅销品牌吗?

您希望自己成为“开单王教练”,帮助团队销售人员迅速成长为销售高手吗?

马上预约著名营销教练、连锁实战专家肖晓春导师为您的企业量身定制的“开单王冠军销售特训营”培训课程,即刻体验开单王冠军销售的独特魅力与业绩飙升的巨大喜悦!



#### 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>