

<<破解销售的23个难题>>

图书基本信息

书名：<<破解销售的23个难题>>

13位ISBN编号：9787115185389

10位ISBN编号：7115185387

出版时间：2008-9

出版时间：人民邮电出版社

作者：罗宇

页数：229

字数：200000

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>

<<破解销售的23个难题>>

内容概要

为销售人员破解销售疑惑，全书共汇集销售过程中最前沿的23个难题，每一难题均以古今中外的成功故事开场，用蜻蜓点水的手法引出销售疑难所在，然后用“身临其境”的销售案例展开对难题的论述，紧接着就是销售难题的核心部分——“难题破解”，最后以故事收尾，让销售人员“学有所思”。文中以表格和流程图的形式，具体详细地阐述了解析难题的步骤、方法及技巧。

本书脉络清晰，简洁直观，方法巧妙实用，具有很强的可操作性，能够切实解决广大销售人员的实际困难和工作疑惑，全面提升销售人员的销售能力与工作绩效。

本书非常适合专业销售人员、客户管理人员使用。

<<破解销售的23个难题>>

书籍目录

难题一 我的客户在哪里 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题二 如何掌握竞争者信息 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题三 怎样实现老客户转介绍 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题四 怎样顺利预约客户 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题五 什么方法接触客户效果更好 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题六 如何与客户建立初步的信任关系 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题七 如何分析客户的购买心理 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题八 如何掌握客户的实际需求 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题九 如何改变客户的购买决策 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题十 如何引导客户 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题十一 如何运用提问策略 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题十二 如何向客户推介产品 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题十三 如何让客户爱上我们的产品 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题十四 如何掌握报价的艺术 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题十五 怎样应对客户的讨价还价 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题十六 如何有效促成交易 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题十七 客户抱怨、投诉怎么办 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题十八 客户要求退换货怎么办 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题十九 如何成功收取拖欠款 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题二十 如何为客户关系保鲜 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题二十一 怎样合理安排营销时间 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题二十二 大客户应该如何管理 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思 难题二十三 如何防止大客户跳槽 蜻蜓点水 身临其境 难题破解 学有所思

<<破解销售的23个难题>>

章节摘录

难题一 我的客户在哪里 菲利普·亚默尔是亚默尔肉类加工公司的老板，他平时有看报纸的习惯，即使生意繁忙，也会让秘书送来当天的各种报刊。

终于，他的坚持收到了成效，一天上午他像往常一样细心地阅读着报纸，突然一条“墨西哥被怀疑有瘟疫”的信息吸引了他的眼球。

他想，如果墨西哥发生了瘟疫，那么很快就会传到北美肉类主要供应基地加州、德州，如此一来，全国肉价就会因为肉类供应不足而上涨。

于是，他派人到墨西哥实地调查，得知情况属实后，便立刻开始集中资金大量收购加州和德州的肉牛和生猪，然后运到较远的东部饲养。

几个星期后，瘟疫就从墨西哥传到了联邦西部的几个州，这样一来，北美市场肉类由于紧缺导致价格暴涨，亚默尔瞅准时机，即刻把饲养在东部的肉牛和生猪高价出售，仅仅三个月时间他就净赚了900万美元。

亚默尔的成功并非偶然，而是他长期坚持阅读报纸、积累信息的结果。

为此，他安排了专门负责搜集信息的部门，坚持每天搜集，然后对主要信息进行分类整理并做出合理的评价，最后送到亚默尔办公室。

蜻蜓点水 菲普利·亚默尔的900万美元正是来自于他平时一直坚持的习惯，我们可以看出，搜集信息在商业活动中是多么地重要。

对于销售人员，要想顺利实现销售，客户信息必定是关键环节中的关键。

销售前的首要工作是开发潜在客户，大量搜集客户资料。

然而，分区域地毯式搜寻客户和毫无目标的陌生拜访，不但效率低下、浪费时间，而且疲惫和频繁的拒绝还会不断吞噬销售人员的自信心。

要寻找潜在客户一定要制订精密的工作计划，大量搜集客户资料并进行整理归类，以确保客户信息的时效性和真实性。

兵书上讲“知己知彼，百战不殆”，做销售也是同样的道理。

只有成功获取客户信息，才能为销售工作的顺利开展和进行做好充分的准备工作。

身临其境 一名销售人员得知刘先生三个月前买了一台家用电脑，于是想打电话给对方，推销相关音响设备。

销售员：“刘先生，您好！”

您三个月前买了一台××牌子的家用电脑，是吗？

” 客户：“没有啊！”

” 销售员：“怎么会呢？”

我这里有您的资料啊，您是三个月前买了电脑吧？

” 客户：“没有，没有。”

你一定是打错了。

” 销售员：“您不是说您是刘先生吗？”

” 客户：“我是姓刘，但根本没买电脑，你一定打错了。”

”（挂断电话） 销售员：…… 放下电话，销售人员感到很疑惑，于是对照了本子上和拨过的电话，也没有发现错误，这时旁边的同事提醒他说：“你是不是本来就记错了？”

”他这才恍然大悟。

电话号码没有抄写正确当然无法联系，凑巧的是两个号码的主人都姓刘。

这是一个失败的沟通，再看另外一位销售人员是怎样和客户进行沟通的： 销售员：“刘先生，您好！”

您最近买了一台家用电脑，是吗？

” 客户：“是啊！”

” 销售员：“质量怎么样，感觉好吗？”

” 客户：“嗯，很好，感觉不错。”

<<破解销售的23个难题>>

” 销售人员：“那真是太好了！”

您真有眼光，佩服。

刘先生，听说您买的是××牌子的电脑，正好我公司最近新出了与××牌子电脑配套的音响系统，您愿意评价一下吗？

” 客户：“好啊，你说说它的特点和性能。

” 销售员：…… 客户：“听起来真不错，很想试试看，只是最近上班一直很忙，没有时间啊。

” 销售员：“我知道您是个大忙人，所以我已经想好了，星期天您休息的时候给您亲自送过去，而且试用的话也不会耽误您太多休息时间，您看怎么样？

” 客户：“这倒是可以，只是你们周末不是也不上班吗？

” 销售员：“没关系，我们销售工作就是这样，这个您不必担心。

” 客户：“你真是敬业啊，对了，还不知道你怎么称呼呢？

” 销售员：…… 交谈继续中…… 场景浅评：案例中，第一个销售人员连客户的联系方式都不能正确掌握，开发工作当然失败。

而第二个销售人员，不但了解客户的基本信息、掌握客户所购电脑信息，并站在客户立场上设身处地为客户考虑问题，比如：“听说您买的是××牌子的电脑，正好我公司最近新出了与××牌子电脑配套的音响系统，您愿意评价一下吗？

” “知道您是个大忙人，所以我已经想好了，星期天您休息的时候我亲自送过去……”对客户信息的详尽了解为他以后的跟进工作的顺利进行、准确把握客户购买心理打下了良好基础，成交就近在咫尺了。

销售人员如何在有限的时间内，高效率地掌握更多的客户信息呢？

难题破解 一、客户资料的搜集内容 无论是制定企业的经营战略，还是为客户量身制订销售计划，都需要在信息尽量全面完整的前提下进行。

只有掌握尽量完备的客户资料，才能有效地把握客户的购买心理，具有针对性地进行产品推销。

二、客户资料的搜集过程 三、客户资料的搜集途径 客户资料的搜集方式常用的有三种：现场采访、电话搜集、问卷调查。

1.现场采访。

现场采访是收集客户信息的常用方式之一，地点选择灵活，可在街道上，也可到消费者的家中进行，还可在采访公司或公司的中间商那里进行。

2.电话搜集。

电话沟通省去了采访不同地区的顾客所需的附加费用，且容易控制。

3.问卷调查。

可以通过邮寄、传真、上门等方式搜集。

在销售地点或消费场所发放问卷，可以明显提高数据信息的精确性和完整性。

四、注意事项 1.做一名优秀的销售人员，搜集客户资料时应学会积极主动，不要等到上司分配才去做。

2.搜寻客户信息是一项艰巨的工作，特别是刚刚加入销售行业的时候，通常需要花较多的时间开发潜在客户，但是效果却不一定明显，这就要求销售人员一定要做好充分的心理准备，克服困难，渡过难关。

3.在寻找客户信息的过程中要注意不能忽略潜在客户周围的影响者，考虑与客户身边的人处好关系，尽量扩大自己的交际范围。

4.搜集众多客户资料后，工作并没有完成，要分门别类地保存这些资料，建立客户数据库，方便以后的查找、分析和不断更新。

5.对客户资料进行保密，大客户不希望自己的资料外泄，所以销售人员要尊重客户的选择。

学有所思 清朝道光年间，一位名叫赵廷的年轻人来到北京的一家鞋铺当学徒，他很快学会了做鞋的手艺，并积累了一定的经营管理经验。

后来，京城一位达官丁大将军出资数千两白银入股，帮助赵廷开办鞋店。

<<破解销售的23个难题>>

于是，内联升鞋店在东江米巷（今东交民巷）落地开业了。

有一次，一位在朝做官的人派奴仆来鞋店买鞋，因为他家主人的脚型与常人不一样，所以店内没有适合他的鞋子。

赵廷便向这个人要了鞋样，用了一天的功夫做好了，并亲自送到府里。

这位有权势的人看到鞋后非常满意。

通过这件事，赵廷想：我为什么不把这些人所需的鞋的型号和特点记下来呢？

于是，赵廷便自编了一本叫《履中备载》的书。

内联升把来店做鞋的文武官员的靴鞋尺寸、式样等都登记在《履中备载》中，积累多了，便派生出了更多的用场：不但可省去顾客再次买鞋往返路程及量尺寸画脚型的麻烦，只需派差役告知“某大人买鞋，要几双，什么材料的”。

内联升便可根据书中的记录，迅速完成、送去；同时，也为官场应酬提供了方便，特别是下级官员进见朝官，礼品中有几双可脚舒适的朝靴，还恭贺大人“内联升”，自然会赢得上级朝官的欢喜与赏识。

久而久之，人们传说内联升做鞋有股神气，不见人面，不量尺寸，竟能做出可脚可心的鞋来。

因此，内联升的鞋子受到京城人的欢迎，不仅在京的官员喜欢购买内联升的朝靴，外省的一些官员也成了这里的客户，财源自然也随之滚滚而来了。

可见，一本记载客户资料的《履中备载》就能赢得客户，从而赢得巨额财富。

一语道破 案例中的《履中备载》就是客户资料的汇集，内联升之所以能够美名远扬、财源滚滚，主要在于掌握了客户的详细资料，对每位客户的特点了如指掌。

客户数据资料对电话销售人员的巨大价值在于：客户信息可以逐渐转化为销售利润！

难题二 如何掌握竞争者信息 最具盛名的两大胶卷公司富士和柯达多少年来一直没有停止过竞争，双方像是两只凶猛的老虎，随时有可能展开激战，因此，谁都不会放松警惕。

1984年，奥运会将在洛杉矶举行，富士胶卷公司为了从柯达公司手中夺取更大的市场份额，出资几百万美元，一举获得此次奥运会135胶卷的制定产品资格。

富士公司自认为这一举动足以将柯达公司排斥在体育活动之外，而且奇怪的是，他们居然没有想到柯达公司会进行反击行动，所以高枕无忧地等待奥运会的到来。

柯达公司面对不利处境，不甘示弱，他们迅速组织专家讨论反击策略。

经过研究分析，他们发现，富士公司所谓的独占市场就是他们仅仅占领了在奥运会举办的两周时间内的体育场馆，而其他的时间和地点，富士并没有什么特殊的举动。

<<破解销售的23个难题>>

编辑推荐

选取大量具有说服力的经典情景实例；融入了销售行业成功人士多年销售经验的精华；注重操作性，在方法和技巧上，作出了详细的阐述；能全面提升销售人员的能力与工作绩效，是销售人员必备的工作手册。

<<破解销售的23个难题>>

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>