第一图书网, tushu007.com

<<从1万到100万的销售实操宝典>>

图书基本信息

书名：<<从1万到100万的销售实操宝典>>

13位ISBN编号：9787122108975

10位ISBN编号：712210897X

出版时间：2011-7

出版时间：化学工业出版社

作者：苗雨

页数：231

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

前言

销售既是一份折磨人、锻炼人的意志力的工作，也是一份激励人，会带给人丰厚回报的工作。很多销售人员都有一个深刻的体会：这是一份让人欢喜让人忧的职业。
当开拓一个新的市场，却久久不能打开局面时，烦躁之心往往让人觉得头大；当签下一份订单， 自己的付出终于“修成正果”时，其喜悦之情简直无法言表。
销售犹如壮士出征，你是出师未捷身先死，还是征战沙场旗开得胜?作为一名销售，唯有签下订单才是硬道理! 因为，做销售，最终的结果就体现在销售业绩上。
销售业绩则直接决定着你的收入和生活状态。
你是每月千把块钱朝不保夕，还是年薪百万、生活富足，由你签不签单、签多少单决定。
做销售的都渴望签下每一笔订单，而决定能否成功签单的最重要的因素是你的销售技巧。
要知道，你销售的不是产品，是技巧!销售业绩的持续增长与销售技巧的稳步提升是成正比的。
销售人员深入学习了各种必备的销售技巧，并用这些技巧武装好自己，还何愁拿不下客户的订单?
本书专门为渴望成为销售精英的人所准备，书中详细阐述了如何利用7个步骤和5个绝招快速签单，进而实现从1万元到100万元的业绩飞跃!　　这7个关键步骤是：找到有价值的客户一细心准备打通第一个电话一步步为营地拜访客户一打动客户心弦的产品介绍一洞悉细节俘虏客户的心一在处理异议中增加销售机会一精准把握签单时机，其中每一个步骤都暗含很多让你成功的技巧，掌握这些技巧，你与客户的谈判定会从“步步为营”到“步步为赢”!　　不想当将军的是士兵不是好士兵，为了问鼎销售冠军，你还需要掌握5个提升自己的招数：具备卓越的销售品质，向销售大师学习，突破销售天花板，永不言败，重视售后服务。
只有掌握了这些技巧和方法，主动完善自己，树立起强烈的竞争意识，才能使自己站到一个新的高度。
本书以深入浅出的理论与生动翔实的案例相结合，具有十足的可操作性和实战性。
相信在掌握了本书讲述的7个步骤和5项修炼之后，你就不会再为签不了单而苦恼，而是轻松地实现从1万元到100万元的业绩飞跃!　　本书在写作过程中，得到了袁路平、肖大勇、岳阳、王芳、孙昱琛、黄丽娜、丁然、张璁、姜娜、任春燕、陈再波、韩宝森的大力支持，在此表示深深的谢意!

内容概要

每一位销售人员都渴望签下每一笔订单，而决定能否成功签单的最重要的因素是你的销售技巧。要知道，你销售的不呈产品，呈技巧！
销售业绩的持续增长与销售技巧的稳步提升是咸正比的。
销售人员深入学习了各种必备的销售技巧，并用这些技巧武装好自己，还何愁拿不下客户的订单？

《从1万到100万的销售实操宝典》专门为渴望成为销售精英的人所准备，书中详细阐述了如何利用7个步骤和5个绝招快速签单，进而实现从1万元到100万元的业绩飞跃!

书籍目录

第一篇　七步成为销售精英
　第一步 锁定有价值的客户
　　寻找客户，广泛撒网
　　发现客户，眼光如鹰
　　详细调查准客户
　　寻找准客户的man原则
　第二步 销售电话，一线万金
　　熟知电话销售的流程
　　精细的准备工作
　　提高声音魅力
　　打电话的黄金时间
　　如何有效地拨打电话
　　电话后的跟进必不可少
　第三步 拜访客户，步步为营
　　面谈是成功率最高的沟通方式
　　面谈前的准备工作
　　如何写邀约信
　　开场白为销售奠定良好基础
　　接近客户三步走
　　分析客户的“型号”
　　赢得客户信赖
　　给自己一个再次拜访的机会
　第四步 产品介绍：这样做才能打动客户的心
　　用笑容包装产品
　　像熟悉自己一样熟悉产品
　　你不可不知的竞争产品
　　打造专家形象
　　用产品展示吸引客户
　　陈述为客户带来的利益
　　从帮助客户的角度出发
　第五步 接触细节决定销售成败
　　务必用心倾听每一句话
　　用肢体语言感染客户
　　揣摩客户的购买心理
　　用提问牵着客户走
　　双赢的谈判
　　解读客户的潜在语言
　　报价技巧知多少
　　讨价还价，不伤和气
　　冷静应对突发事件
　第六步 巧妙处理异议，扫清成交障碍
　　让客户无法说“不”
　　“不”不等于拒绝
　　化解客户的种种借口
　　打破冷场的好办法

耐心解决，切勿争执？
第七步 把握黄金签单时机
考虑周全的建议书
让客户不再犹豫
制造抢购气氛
将成交主动权握在手中
屡试不爽的成交法
做个回款高手
第二篇　快速提升业绩有绝招
第一招 一定要具备的销售品质
自信是销售成功的开始
与时间赛跑
用“真诚”去销售
有“礼”走遍天下
赞美是一种武器
用激情去销售
早起的鸟儿有虫吃
不懂得尊重客户就是不懂得销售
第二招 向销售大师取经
人脉!!!人脉!!!
运用crm管理客户
少抱怨多改变
分清朋友和生意
让老客户帮你销售
第三招 销售瓶颈一闯而过
大客户维护法则
创新销售法
抓住你的贵人
如何打好持久战
直攻决策者
第四招 永不言败，成功离你只有0．01米
善于总结才能驶入成功高速路
切忌没有目标，得过且过
你是永远的“挖井人”吗
先做朋友再做生意
停一停、等一等，不急于求成
第五招 销售永远没有结束的那一天
回访法则
培养客户的忠诚度
售后服务有保障

章节摘录

寻找客户，广泛撒网　　对于销售人员而言，客户永远是第一位的，有客户才有销售，所以，销售的第一步就是寻找客户，尤其是寻找有价值的客户。
做任何事情都有一套方法，寻找客户也需要掌握一套好的方法。
只有掌握了最好的方法，才能找到最有价值的客户。
寻找客户就像打鱼一样，应该广泛撒网，重点捕捞，撒网的方法主要有以下六种。
一、内部搜寻法　　一般而言，在企业发展的过程中，都会积累一定数量的客户，其中包括老客户、准客户、新客户。
销售人员可以从企业的各个职能部门去寻找客户的线索，例如：在财务部门仔细查阅本企业与所有客户间的往来账目，销售人员便能从中发现目前交易量虽小，但却极富潜力的客户，也可以再找到已经流失的客户，适时进行二次开发。
所以，企业内部的客户名册就是销售工作中一个可利用的重要工具。
通常情况下，资料包括以下几类：　　财务部门的资料。
如前所述，通过财务资料可以对客户进行二次开发。
销售部门的资料。
销售部门的资料无疑是最全面的了，几乎每个企业都会保留以往销售情况的记录，仔细查阅，你就会有新的发现。
服务部门的资料。
服务部门常常被销售人员忽视，这样的销售人员认为产品销售之后，自己的任务就结束了，其实在售后的服务工作中也能找到更多的销售机会。
例如，当产品需要更新时，客户的购买行为或多或少会受到维修人员的影响。
二、外部搜寻法　　企业外部资料种类繁多，主要包括：企业名录、产品目录、商业广告、行业统计资料、年鉴、名片、协会会员名录等。
例如，报纸上刊登的每一条新闻都可能是线索，或许你看到的新闻对其他行业的销售人员来说毫无价值，但可能会是你做成大单生意的希望。
保险销售人员应注意有关晋升、订婚、婚礼、出生、死亡、车祸、自然灾害和涉及企业与金融的新闻。
机械设备销售人员应注意有关筑路、建房、工厂失火、扩大招工、引进新的产品线的新闻。
家具、音像等销售人员应该关注建房、拆迁、搬家等方面的新闻。
房地产销售人员应当特别注意结婚、调动工作以及有关企业的扩展计划和人员提升晋职的消息。
几乎所有的销售人员都能在地方报纸上看到对其有用的可能买的信息，因此，每一个销售人员都必须学会用敏锐的眼光阅读报纸的方法。
三、老客户口碑法　　销售人员也可以运用人际关系来寻找客户，这也是一种很直接的寻找方法，其中利用老客户的口碑宣传来带动新的销售是一种屡试不爽的方法。
这便是“连锁反应”的原则，充分运用与现有客户的良好合作关系，请他们宣传自己并为自己推荐、介绍新客户。
因为老客户一般已经对产品有了一定的忠诚度，而且有自己的使用体验，是销售人员最好的“说客”。
俗话说：“物以类聚，人以群居。
”每个老客户的身边肯定会有很多有共同爱好和价值观的朋友，这些朋友很容易在老客户的推荐下使用老客户推荐的产品，或者销售人员也可以从老客户那里获得很多准客户的名单。
而这种效应便犹如细胞分裂一样，使你的客户由一变二、二变四、四变八……要相信，口碑的力量是无穷的。
四、亲友宣传法　　亲戚之间的血缘或亲缘关系，决定了彼此之间的关系的亲密性。
同学之间的关系，也是社会中人们最为亲近的一种人际关系。
关系好的亲戚、同学、老乡、邻居等都会不留余力地帮你的产品进行宣传，或者帮你留意准客户的。

五、同事互换法　　虽然说“同行是冤家”，但这种思想在双赢的时代已经站不住脚了。
在公司允许的情况下，你也可以通过和其他相关产品的销售人员交换客户名单的途径来获得新的客户名单。
六、扫楼法　　上述几种寻找客户的方法，都是在“熟门熟路”里寻找，视野相对狭小一点儿。
而这里要讲的方法则需要销售人员走出去，以陌生人为对象，展开“进攻”，在更大的范围和更广阔的视野内寻找客户，以实现销售业绩。
所谓扫楼法，顾名思义是指销售人员在某个特定区域，对公司或者个人进行逐个拜访，以寻找潜在客户的方法。
此法是现在很多销售人员常用的办法，这种方法既有显著的优点，也有显著的缺点。
其优点是可以借机调查地区或行业客户的需求情况，扩大所销售产品或服务的影响，如果技巧得当，这种面对面的直接交流可以在更快的时间内争取到客户。
……

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