

<<销售心计>>

图书基本信息

书名：<<销售心计>>

13位ISBN编号：9787215070653

10位ISBN编号：7215070654

出版时间：2010-1

出版时间：河南人民出版社

作者：赵建勇

页数：221

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>

<<销售心计>>

内容概要

成功源自用“心”，销售员只有对自己拥有全新的认识，进行全新的定位，实至名归的提升：对客户有全面的了解，全面的引导，全面的呵护，全面的帮助和全面的满足，做到专心、热心、知心、耐心、细心，才能用自己的竭力诚心换来客户的一体同心。

本书将告诉你如何进行角色定位，明确自己与客户的关系；技能储备，没有看家本领怎么行；察言观色，知人知面还要知心；能言善问，“逼”客户说出真心话；驭人有方，有效控制客户心理；高效沟通，化解客户的拒绝和挑剔；警惕错误，不在细节处造成损失……

<<销售心计>>

书籍目录

第01章 角色定位，明确自己与客户的关系 1.销售员是客户与商品的红娘 2.销售员是客户的顾问 3.销售员是帮助客户的专家 4.销售员是为客户排忧解难的秘书 5.销售员是客户的医生 6.销售员是客户需要的朋友 7.销售员是了解客户心思的知己 8.销售员是客户的追求者 9.销售员是客户的呵护者

第02章 技能储备，没有看家本领怎么行 1.销售员要有侦察兵的脑袋 2.销售员要有相声演员的口才 3.销售员要有将军的风范 4.销售员要有登山运动员的精神 5.销售员要有胜利者的心态 6.销售员要有狂妄者的自信 7.销售员要有慈悲者的博爱 8.销售员要有魔术师的神秘 9.销售员要有心理医生的医术

第03章 察言观色，知人知面还要知心 1.从走路站姿判断客户的想法 2.从打招呼的表现透视客户心理 3.从口头禅发现客户的个性 4.从穿着打扮评价客户的购买能力 5.从客户的“手中”提取信息 6.从头部动作发现心理信息 7.从客户的眼神衡量好感度 8.从客户的笑揣摩客户的心意 9.从座位发现客户的“心理地图” 10.从喝酒透视客户的性格特征 11.从点菜看客户的从众心理 12.从吃饭中发现客户的个性 13.从客户吸烟的手势透视性格 14.从付款方式看客户的人品

第04章 能言善问，“逼”客户说出真心话 1.以精彩的开场白引发客户的兴趣 2.通过主动发问让客户无法保持沉默 3.从生活的话题中刺激客户的欲望 4.在假定客户会买的基础上发问 5.站在为客户解决问题的角度来问问题 6.从孩子入手消除客户的戒心 7.在发问中觉察客户的隐性需求 8.在发问中引导客户自我否定 9.发挥感染力问出客户的热情 10.用二选一的问题把客户锁定

第05章 驭人有方，有效控制客户心理 1.自然过渡，轻轻松松接近客户 2.巧递名片，给客户留下深刻印象 3.适度幽默，用妙语打破僵局 4.眉目传情，消除客户的紧张 5.改变语气，营造出不同的氛围 6.闲聊不闲，帮助客户减轻压力 7.小事不小，掀起客户的情感波澜 8.巧说反话，迂回突破客户的抗拒 9.转移话题，增加客户的新需求 10.不断重复，强化对客户的影响

第06章 高效沟通，化解客户的拒绝和挑剔 1.客户总说“随便看看”怎么办 2.客户觉得你是在“自卖自夸”怎么办 3.客户的陪伴者持相反意见怎么办 4.客户被闲逛的顾客干扰怎么办 5.客户因照顾不周而抱怨怎么办 6.客户要回家商量一下再买怎么办 7.客户觉得“产品没有知名度”怎么办 8.客户说等打折的时候再来买怎么办 9.客户不想要最后一件怎么办 10.客户不断砍价怎么办

第07章 警惕错误，不在细节处造成损失 1.低三下四，在客户面前失尊严 2.死缠烂打，不懂节制惹人烦 3.只顾眼前，不讲诚信断绝后续资源 4.礼仪不周，轻视身边“小人物” 5.据理力争，语言过激伤害客户 6.浅尝辄止，不能理解顾客意图 7.三心二意，让客户感觉缺少尊重 8.有勇无谋，无法面对突发情况 9.急功近利，心急吃不了热豆腐 10.笨嘴拙舌，用语不当引反感 11.总靠运气，看不清客户真实需求 12.办事教条，不懂变通遭拒绝 13.顾虑太多，犹豫让良机白白流失

第08章 积极暗示，用心理效应提升说服力 1.刺激好奇心，感兴趣才会去了解 2.构筑多彩图画，给客户新鲜的感官享受 3.赐予幸运，得来不易才会觉得珍贵 4.顺应习惯，激发客户的怀旧情结 5.主动让步，让客户主动回报于你 6.给予客户适度的同情，化解愤怒 7.调动客户的情绪，好心情好办事 8.利用参照群体给客户施加压力

第09章 计谋引导，摘取成功的金苹果 1.将大化小，促使客户尽快做出决定 2.同仇敌忾，制造一个共同的假想敌 3.循序渐进，采取融化式说服 4.欲擒故纵，扮演成不情愿的卖主 5.善登门槛，得到一寸就能获得一尺 6.制造压力，给客户一点善意的“威胁” 7.强势扭转，用激将法改变客户的意愿 8.承诺约束，让客户心甘情愿地履行 9.借助外力，用第三方来影响客户 10.利用攀比，刺激客户的购买欲望

第10章 后期维护，与客户做永远的朋友 1.成交是下次销售的开始 2.每个客户身后都有250个潜在客户 3.感动客户比打动客户更重要 4.维护老客户比赢得新客户更超值 5.记住客户的名字和相貌 6.关系好也要多做感情投资 7.用诚心去爱你的客户

<<销售心计>>

编辑推荐

《销售心计》用心去认识自己，定位自己，完善自己；用心去了解客户，影响客户，呵护客户。有真挚感情融入的技巧，才会使销售生动起来。

所以，不管什么样的技巧和方法，必须要用感情来做支撑，有情感融入的技巧和方法才能真正打动客户。

成功要用心，这个朴实的道理也同时适用于销售，《销售心计》则是指导销售员要时刻从“心”出发，用心去推动技巧的实施，从而达到对客户最深刻的影响，将这场心灵的较量胜利地进行下去。

<<销售心计>>

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>