

<<如何做好产品解说>>

图书基本信息

书名：<<如何做好产品解说>>

13位ISBN编号：9787301064832

10位ISBN编号：7301064837

出版时间：2003-9

出版时间：北京大学出版社

作者：刘涛

页数：117

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>

<<如何做好产品解说>>

前言

朋友,如果您是管理者或者是想在职场有所作为的人士,如果您是人力资源经理或者是培训经理,我们很高兴能与您交流,感谢您对本书的关注。

我们正置身于一个急剧变革的时代,面对激烈的职场竞争与市场竞争,管理者个人及其组织要想生存、发展,进而求得事业的成功,必须建立持久的竞争优势。

而管理者个人及其组织惟一持久的竞争优势便是比竞争对手学习得更快的能力。

因而,在新世纪,在知识经济的新时代,管理者个人及其组织所面临的主要问题便是学习问题。

鉴于目前国内充斥于市的经管类书籍良莠不齐,优劣难辨,而现场培训课程受时间、地点等诸多限制且费用高昂,为解决管理者及其组织学习培训的难题,时代光华公司作为教育培训服务的专业提供商,在与中华全国工商业联合会、中国企业联合会等战略合作机构联合推出“时代光华管理课程”系列多媒体产品的同时,隆重推出“代光华培训书系”,为广大企业客户和个人读者提供更多的选择与优质、便利的服务。

“时代光华培训书系”立足中国发展现状与管理实践·整合国内外优质培训学习资源,专为中国管理者个人发展提升和企业组织培训量身订制。

该书系具有以下几大特色: 一、高效实用的培训内容:一般经管类图书侧重理论知识,本书系则紧扣管理-实务,注重实战技能的传授与演练,强调互动与实践,让读者边学边练,即学即用,步步提升,收益显著。

二、轻松愉快的阅读体验:不同于一般经管图书的繁复论述,本书系力求语言简明通俗,内容设计尽可能做到互动化、人性化:传授知识与技能强调要点化、步骤化、图表化,间以精彩的案例分析、生动的小故事与小漫画,版式疏朗有致,让您感到学习不再是被动的劳役,而成为主动参与、乐在其中的享受。

三、海内外一流的培训专家,超强的作者阵容:本书系编著者或主讲老师均为来自世界著名跨国公司的高层经理、培训经理及知名管理专家,价值上千元的培训课程之精彩内容尽都囊入一册书中,花费不多却可分享世界500强企业的管理培训精华。

四、系统全面的管理培训教材体系:本书系内容涵盖企业管理的各个层级与不同的专业领域,具有相对规范、成熟的编写体例,立志于为我国职业经理培训认证及员工职业化培训提供切实可行、行之有效的教材。

时代光华培训书系作为职业发展培训教材具有与一般图书不同的特点,为了使您对本书系的学习获得实实在在的收益,使您的学习效果最大化,建议您采取如下方法进行学习: 一、结合实际,有针对性地学习:为了便于您结合自身状况以及您所在组织的现状,有针对性地、有重点地学习,我们在每本书前均设计了相关的测试题,用以检测评估您在本书所涉及的相关领域的现状,进而从中发现您或您的组织学习、发展的领域,并进一步有针对性地确定您的学习重点。

因此我们建议您在正式学习本书前先认真做相关测试题,并分析评估您的现状,再结合学习目标与每章重点,有针对性地进行学习。

二、高度重视互动练习:我们借鉴国际知名管理培训教材的做法,在每本书中均安排了大量的互动练习,其目的是为了不断实现目标知识点、技能点与您或您所在组织的现状作对照,从中找到差距,进而通过学习、通过制订改善提高的行动计划,缩小差距,最终消除差距,实现组织行为的完善与个人素质技能的提高。

因此,我们希望您尽量按书中提示,认真做相关的互动练习,使您在单位学习时间内取得尽可能大的学习效果。

三、把每本书当作您的行动手册:知道不如做到。

我们根据书中传授的知识与技能要点并结合管理工作的实际需要,在每本书中设计了一系列学以致用的工具表单,我们期望借此能有效地促使您将您的所知简便地转换成您的行动,从而在短期内取得量化的、可见的改变。

我们建议您认真填写这些实用的管理工具表单并付诸行动,我们期望您由此发现卓越的管理可以经由学习训练而达成,由此体验到管理培训的价值和我们的培训书系对您的价值。

<<如何做好产品解说>>

四、把每本书当作备忘录：我们希望您的学习是结合工作实际的，不间断的。

当您在现实工作中遇到了某些问题需要处理，但对如何处理没有把握时，请把本书系的相关教材当作您的备忘录，查阅相关知识点、技能点，进而寻求工作指南。

最后需要说明的是，由于各种因素的限制，本书系的编撰一定还存在不少缺陷与不足。

如果您有建议与批评，请及时与我们联系，谢谢您帮助我们改进与提高。

如果您觉得有所收获，请转告您的朋友和同事，与大家一起分享。

知识改变命运，学习成就未来。

愿时代光华培训书系伴随您一路走向成功，走向辉煌！

<<如何做好产品解说>>

内容概要

产品不只是产品，它可以说话，可以表现出生命力，但是它没有嘴巴，因此必须要通过销售人员的解说和传递才能将这些物质发挥得淋漓尽致，当产品的这些物质传递出去以后，吸引客户的注意力就很正常了。

本书为我国台湾诸多知名门市普遍采用的销售提高课程，经内地数家企业实施，门店的销售业绩大幅提升，员工工作热情明显高涨。

学习本书将帮助您大幅度提升销售业绩！

<<如何做好产品解说>>

作者简介

刘涛，实战派营销专家，著名专业培训师。

现任深圳普林哲企业咨询公司专任讲师。

24岁跨入营销业后开始广泛地向世界级营销大师学习，培训学习费用超过100万元人民币；26岁时接受《经济日报》成功销售人士专访……短短数年时间已成为我国台湾地区30岁前白手起家收入超千万的优秀专业营销经理人！

在台湾地区及大陆演讲次数超过2000场次以上，曾培训统一7-11、康士美药妆连锁、宝岛钟表、TCL集团、格力空调等数百家企业。

上衣所讲授销售与服务课程为台湾地区及大陆多家企业门市员工必修课程。

<<如何做好产品解说>>

书籍目录

第1讲 包装自己产品解说的功能客户对产品的接受顺序形象要求动作要求投资形象第2讲 销售解说前的准备工作让自己成为专家保持最佳状态将产品销售给自己分析产品演练的程序第3讲 沟通的七个技巧以赞美开场主题明确与有决定权的人沟通从对方的角度出发从不同角度探测需求重视肢体语言注视对方的眼睛第4讲 使用辅助工具使用资料夹目录和赠品运用幽默感演示的注意事项第5讲 善用人类的情感参与感的影响力善用人类的占有欲利用视觉效果产品解说时最有效的语句把销售当作游戏第6讲 构图技巧什么是构图构图的作用怎样构图构图的时机第7讲 掌握结束销售的契机两个能力客户语言讯号客户肢体语言讯号第8讲 产品解说的注意事项不可与客户争辩不要谈论政治与宗教上的看尖不要贬低竞争者的产品清楚权限不批评他人的看法和经验参考答案附录 工具表单表1-1 销售人员形象检查表表1-2 销售中积极因素和消极因素分析表表2-1 产品分析表表3-1 提高沟通技巧进度表表4-1 演示准备及进行效果检查表表5-1 辅助工具运用情况表表6-1 销售人员对构图的掌握情况分析表表8-1 产品解说注意事项分析表

<<如何做好产品解说>>

章节摘录

书摘 优秀的销售人员应该站在对方的角度上思考客户的需要，假设你是客户，你是不是也希望花最少的钱，获得最大的效益？只有掌握了客户的想法，销售人员才能接近客户；如果客户觉得销售人员是在为他着想，而不仅仅是为了赚钱，那么就会消除对销售人员的敌意。这样，双方才能够形成共识。

案例 一位房地产的销售人员一年只成交一两单案子，年收入却高达三百万以上，因为他把时间都花在收集大客户的信息、培养与客户相同的嗜好上面。

销售员：先生，您高尔夫打得很棒！ 客户：还好啦，我刚刚看你也打得不错。

销售员：是吗？谢谢您的夸奖，我是刚入门而已，还要请您多指教。

客户：你太谦虚了。

销售员：不如让我做东，一起去喝杯咖啡如何？ 客户：你也喜欢喝咖啡呀？ 销售员：是的，我家里有全套的咖啡具，而且我最喜欢喝咖啡时抽雪茄，我煮咖啡已经有十几年了，还有两柜子多年来珍藏的雪茄，改天您有空时到我家喝杯亲手煮的咖啡，品一品我的雪茄如何？ 客户：好，我很期待看看你的雪茄，喝你亲自煮的咖啡。

销售员：不然就约明晚七点，到时恭候您的大驾。

销售员站在对方的角度，做到了投其所好，所以与客户建立了良好的关系，为下一步的销售铺平了道路。

1. 小王说：“先生，像你这么有钱的人应该多买一点嘛。

”() 2-小张对客户说：“我们的这种保险非常划算，一年的保费20万元。可以……” 客户回答：“可是我只付得起2000元。

”() 3. 小李说：“如果您的家庭人口少，不妨选用这款冰箱，它功能是一样的，但是体积小，不占地方，又省电。

”() 从不同角度探测需求 客户需求多样性 有时候，客户的需求不会直接说出来，或者客户自己也不知道是否需要某件产品，所以需要销售人员从不同角度探测客户的需求。

客户的需求可以分为两类： (1)来自于商品自身的需求 对于来自商品自身的需求，销售人员可以按照产品的特性、功能、利益等进行解说。

(2)来自于心理的需求 心理的需求是销售成功的一个重要因素，有时候客户缺少的只是心理上的寂寞，如果客户能够感受到对客户给予关心，让客户感觉到自己的存在价值，满足客户体现自我价值的需求，就能找到成功的突破口。

销售人员要把两种需求灵活结合起来，从不同角度探测客户的真正需求。

不要轻言放弃 当销售人员解说完产品，客户没有回答，并不代表客户说NO，即使客户回答NO，也不一定表示客户真的不会购买产品。

销售人员不应该轻言放弃，而应该从各个角度对客户的需求进行探测。

案例 一位卖保健食品的销售人员去拜访一位老太太，可是老太太对他的产品解说毫不在意，销售员很失望，准备鸣金收兵，在告辞的时候，他发现老太太虽然富有，但是很寂寞。

销售员：大妈，平时家里就您一个人哪？反正我这会也没事，不如陪您聊聊天好吗？ 老太太：真的？已经很久没人陪我聊天了，每天陪伴我的就是这两只小狗。

销售员：那您的孩子呢？ 老太太：他们都在外为自己的事业努力，哪有时间可以陪我呀？

销售员：那一定很寂寞，以后有空我可以陪您多聊聊天，这样您就不会太无聊了！ 老太太：是吗？你人真好。

销售员：没什么，您这么慈祥，跟您聊天还可以学到很多我不懂的东西呢。

老太太：哈哈，那一言为定，以后常来陪我聊天喔！ 销售员：没问题。

老太太：对了，你刚刚说的那个产品好像不错，可不可以再跟我说说销售员在准备放弃的时候，发现了客户的需求，于是最终赢得了客户。

因此销售时从多角度探测客户的需求，不轻言放弃对于销售人员来说必不可少。

重视肢体语言 有些销售人员在做产品解说时，头都不抬，眼睛盯着资料或者产品，说这个产品

<<如何做好产品解说>>

怎样怎样，这样做只是负责把产品解说完，而不负责解说的效果。

参与感的影响力 参与感的作用 提醒你： 销售人员应该充分运用参与感的作用，让客户成为参与者，而不仅仅是旁观者！ 生活中有这样的体验，一件事情如果参与其中，就会不断有新的发现，而且对这件事情能够保持热情；如果只是在一旁看着某件事情的进展，感觉就有些像“雾里看花”，不明所以，而且比较容易厌倦。

例如一些精明的美容院会给客户赠送免费的护肤体验券或者减肥体验券，让客户亲自体验护肤的感受，看到护肤的效果，通过亲自参与，给客户留下深刻的印象，这样客户往往会被打动，最后成为美容院的长期客户。

案例 在恋爱中的男女，他们的行径旁人很难理解。

女孩子在开始谈恋爱的时候，收到男孩子的第一朵玫瑰花，就会很开心，别人可能觉得不就一朵花吗，才两元钱，值得那么开心吗？可是女孩子认为这朵玫瑰花代表了男朋友的一片心意，是无价的，这种感受旁人很难体会。

.....

<<如何做好产品解说>>

媒体关注与评论

致读者 朋友,如果您是管理者或者是想在职场有所作为的人士,如果您是人力资源经理或者是培训师,我们很高兴能与您交流,感谢您对本书的关注。

我们正置身于一个急剧变革的时代,面对激烈的职场竞争与市场竞争,管理者个人及其组织要想生存、发展,进而求得事业的成功,必须建立持久的竞争优势。

而管理者个人及其组织惟一持久的竞争优势便是比竞争对手学习得更快的能力。

因而,在新世纪,在知识经济的新时代,管理者个人及其组织所面临的主要问题便是学习问题。

鉴于目前国内充斥于市的经管类书籍良莠不齐,优劣难辨,而现场培训课程受时间、地点等诸多限制且费用高昂,为解决管理者及其组织学习培训的难题,时代光华公司作为教育培训服务的专业提供商,在与中华全国工商业联合会、中国企业联合会等战略合作机构联合推出“时代光华管理课程”系列多媒体产品的同时,隆重推出“代光华培训书系”,为广大企业客户和个人读者提供更多的选择与优质、便利的服务。

“时代光华培训书系”立足中国发展现状与管理实践·整合国内外优质培训学习资源,专为中国管理者个人发展提升和企业组织培训量身订制。

该书系具有以下几大特色:

一、高效实用的培训内容:一般经管类图书侧重理论知识,本书系则紧扣管理-实务,注重实战技能的传授与演练,强调互动与实践,让读者边学边练,即学即用,步步提升,收益显著。

二、轻松愉快的阅读体验:不同于一般经管图书的繁复论述,本书系力求语言简明通俗,内容设计尽可能做到互动化、人性化:传授知识与技能强调要点化、步骤化、图表化,间以精彩的案例分析、生动的小故事与小漫画,版式疏朗有致,让您感到学习不再是被动的劳役,而成为主动参与、乐在其中的享受。

三、海内外一流的培训专家,超强的作者阵容:本书系编著者或主讲老师均为来自世界著名跨国公司的高层经理、培训经理及知名管理专家,价值上千元的培训课程之精彩内容尽都囊入一册书中,花费不多却可分享世界500强企业的管理培训精华。

四、系统全面的管理培训教材体系:本书系内容涵盖企业管理的各个层级与不同的专业领域,具有相对规范、成熟的编写体例,立志于为我国职业经理培训认证及员工职业化培训提供切实可行、行之有效的教材。

时代光华培训书系作为职业发展培训教材具有与一般图书不同的特点,为了使您对本书系的学习获得实实在在的收益,使您的学习效果最大化,建议您采取如下方法进行学习: 一、结合实际,有针对性地学习:为了便于您结合自身状况以及您所在组织的现状,有针对性地、有重点地学习,我们在每本书前均设计了相关的测试题,用以检测评估您在本书所涉及的相关领域的现状,进而从中发现您或您的组织学习、发展的领域,并进一步有针对性地确定您的学习重点。

因此我们建议您在正式学习本书前先认真做相关测试题,并分析评估您的现状,再结合学习目标与每章重点,有针对性地进行学习。

二、高度重视互动练习:我们借鉴国际知名管理培训教材的做法,在每本书中均安排了大量的互动练习,其目的是为了不断实现目标知识点、技能点与您或您所在组织的现状作对照,从中找到差距,进而通过学习、通过制订改善提高的行动计划,缩小差距,最终消除差距,实现组织行为的完善与个人素质技能的提高。

因此,我们希望您尽量按书中提示,认真做相关的互动练习,使您在单位学习时间内取得尽可能大的学习效果。

三、把每本书当作您的行动手册:知道不如做到。

我们根据书中传授的知识与技能要点并结合管理工作的实际需要,在每本书中设计了一系列学以致用的工具表单,我们期望借此能有效地促使您将您的所知简便地转换成您的行动,从而在短期内取得量化的、可见的改变。

我们建议您认真填写这些实用的管理工具表单并付诸行动,我们期望您由此发现卓越的管理可以经由学习训练而达成,由此体验到管理培训的价值和我们的培训书系对您的价值。

<<如何做好产品解说>>

四、把每本书当作备忘录：我们希望您的学习是结合工作实际的，不间断的。

当您在现实工作中遇到了某些问题需要处理，但对如何处理没有把握时，请把本书系的相关教材当作您的备忘录，查阅相关知识点、技能点，进而寻求工作指南。

最后需要说明的是，由于各种因素的限制，本书系的编撰一定还存在不少缺陷与不足。

如果您有建议与批评，请及时与我们联系，谢谢您帮助我们改进与提高。

如果您觉得有所收获，请转告您的朋友和同事，与大家一起分享。

知识改变命运，学习成就未来。

愿时代光华培训书系伴随您一路走向成功，走向辉煌!

时代光

华培训书系编委会

<<如何做好产品解说>>

编辑推荐

本书作者作为实战派营销专家和著名企业培训师，在书中立足中国发展现状与管理实践，整合国内外培训学习资源，为中国管理者个人发展提升和企业组织培训提供了一套系统全面、高效实用的培训教材！

<<如何做好产品解说>>

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>