

<<保证成交的N个细节>>

图书基本信息

书名：<<保证成交的N个细节>>

13位ISBN编号：9787504728234

10位ISBN编号：7504728233

出版时间：2008-4

出版时间：中国物资出版社

作者：赵文明 主编

页数：240

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>

<<保证成交的N个细节>>

前言

不能成交，一切都是空谈。

签约成交是每一次商务活动的终极目标，无论与终端消费者还是与专业采购人员，你只有与他们签约成交，前期的努力才变得有意义，艰辛的工作才得到肯定。

本书正是紧紧围绕最后的谈判、签约成交这个阶段，探讨影响成交的各方面因素，总结与客户接触的经验，简单明了地把成交过程中一些客户能用的技巧招数一一剖析，把业务人员的应对之策条条举例，以求抛砖引玉，也可让立志在商业领域有所建树的人士在今后的商务活动中趋利避害，保证签约成交。

本书通过成交之前的准备、谈判的技巧、签约的关键以及为下次成交所作的铺垫作为整体的脉络，总结为五招。

招招丝丝入扣，内容详尽、深入浅出地解释了业务人员在其他市场类图书中看不到的内容——如何通过了解客户内心的真实想法来让自己与客户达成交易。

临渊羡鱼，不如退而结网。

与其在谈判场合上窘迫，不如把准备工作做好。

本书把“为成交做好一切细致准备”列为第一招，就是为了让业务人员未雨绸缪，谈判之前把相关的工作做好，这样才不至于在最后关头被动。

第二招“以成交为导向的沟通和谈判”：成交前期的工作要做好，谈判签约的工作也不能疏忽。

极力讲解业务人员与客户在最后的商谈过程中，从所有方面排除一切不利因素，营造一个成交的氛围。

。

<<保证成交的N个细节>>

内容概要

本书的编写得益于许多在一线实战多年的营销精英的鼎力相助，书中许多章节内容来自于他们靠多年切身经验提供的资料和素材。

本书在编写过程中得到了很多营销界朋友的帮助和支持，在此深表谢意！

更希望每个营销人员都能在书中得到启发，取得骄人的营销佳绩！

不能成交，一切都是空谈。

签约成交是每一次商务活动的终极目标，无论与终端消费者还是与专业采购人员，你只有与他们签约成交，前期的努力才变得有意义，艰辛的工作才得到肯定。

本书正是紧紧围绕最后的谈判、签约成交这个阶段，探讨影响成交的各方面因素，总结与客户接触的经验，简单明了地把成交过程中一些客户能用的技巧招数一一剖析，把业务人员的应对之策条条举例

。

<<保证成交的N个细节>>

书籍目录

第一章 为成交做好一切细致准备 一、成交必备的信念和心态 1.保证成交的自我准备 为客户着想 做好多种方案 再做最后分析 2.让产品说话 信赖自己的产品 热情地介绍产品 3.我有说服客户的实力 要说服客户必先说服自己 改变策略,扭转局势 增强你的说服力 二、充分准备签约成交用的资料 1.掌握客户的信息资料 了解客户的意义 如何了解客户 2.备齐签约成交的工具 重要的签约工具有哪些 存放工具要齐整有序 3.熟悉产品及相关的情况 熟悉自己的产品 了解与产品相关的情况 4.塑造让客户接受的形象 提升自己的形象 遇事积极主动 永远精神抖擞 第二章 以成交为导向的沟通和谈判 一、迅速把准客户的心脉 1.一眼洞悉客户的需求 培养敏锐的洞察力 让看到的为谈判服务 觉察客户的需求 2.听出客户的弦外之音 听出客户的真实需求 把握倾听的关键 掌握倾听的技巧 3.读懂客户的行为语言 正确识别行为语言 注意细节信号 4.识别对手的谈判风格 经验丰富的人 冷淡傲慢的人 容易挑剔的人 沉默寡言的人 性情固执的人 二、巧妙提问摸清客户底牌 1.不会询问就无法成交 如何有效地发问 提问的一般方式 2.掌握倾听回答的技巧 坚持多听的原则 倾听的注意事项 3.要积极主动多提出问题 提问题要主动 尽可能多提问 提问题的原则 4.提问以绝对成交为目的 围绕成交提问 引导成交提问 三、舌绽莲花说服谈判对手 1.使你的谈判语气有感染力 别让语气单调 不要害怕僵局 2.精彩的语言排除成交障碍 用客户听得懂的语言 运用语言的威力 掌握说服的技巧 3.忌与成交无关的语言争辩 与客户争辩的坏处 压制自己的怒火 4.运用好自己的肢体语言 要熟知基本礼仪 用肢体语言说服客户 四、掌握否定客户的艺术 1.需要否定客户的时候 对客户说“不”的时候 谈判时“是”的妙用 2.应对客户的“如果”策略 小心“如果”的策略 应对“如果”的策略 3.留有一定的成交余地 客户不总是对的 谈判时多留一手 五、谈判中绝不能犯的错误 1.把客户当成傻瓜对待 欺骗客户的后果 诚实对待客户 2.成为客户心烦的对象 过分热情拉客 不能真正倾听 臆想客户异议 回访没完没了 3.总是操之过急地成交 藏起成交的心理 不要急于要求签约 第三章 开辟成交的绿色通道 一、了解阻碍成交的因素 1.客户为什么会产生异议 客户方面的原因 业务人员方面的原因 2.客户有哪些成交异议 客户真正的异议 客户假的异议 客户隐藏的异议 3.怎样认识对待这些异议 业务人员的态度 要积极询问原因 4.怎样恰当处理客户异议 消除异议要遵循的原则 消除异议的技巧 排除异议的注意事项 二、跨越客户不想买的鸿沟 1.客户不认可产品怎么办 客户不感兴趣 消除客户的误解 2.客户借故推迟怎么办 还要考虑一下 习惯拖延一下 预算不足 市场不景气 3.客户怕上当受骗怎么办 让客户免费试用 诚实让客户免忧 三、排除客户要买的障碍 1.客户隐藏真实想法怎么办 发现隐藏的真意 解决隐藏的问题 2.客户缺乏支付能力怎么办 分期付款和赊购 确定客户信用 四、讨价还价,关键时刻 1.针对客户类型报价 注意报价的细节 讲究报价的时机 选择报价的方式 2.客户嫌价格太高怎么办 成功说服客户别杀价 经典回答杀价的方式 3.没有回报,绝不让价 不要轻言让步 巧问妙答细周旋 五、最终用“双赢”达成一致 1.绝对不要仅为成交而成交 不仅仅是为了赚钱 可实行利益均沾 2.让客户感觉成交有满足感 不妨让客户占些便宜 让客户心理得到满足 3.达到“双赢”的成交效果 “赢”的错误认识 如何达到双赢结局 第四章 抓住成交的关键——签约 一、运用心理战术达成交易 1.巧妙攻心,签约成交 谈判时欲擒故纵 迂回询问客户 示错印证法 2.让促销工具帮助成交 可以利用的促销工具 如何使用促销工具 3.在演示中达成交易 产品现场示范 竞争产品对比 二、把握签约的时机与准则 1.什么时候提出签约合适 成交的准则和时机 机动灵活,随时成交 2.把握信号,当机成交 识别客户的成交信号 抓住时机促成交易 3.巧妙设定成交期限 欲购从速,过时不候 强调产品的优惠性 三、踢好临门一脚 1.怎么介绍不可见的服务 凭借良好口碑 完善售后服务 2.激发客户的成交欲望 进行买与不买的比较 促成交易的细节问题 3.别再犹豫,再主动点 指导客户做成交决定 及时提出成交请求 四、绝对成交高于一切 1.绝对成交的技巧方式 分阶段成交 假设客户成交 让客户选择成交 让客户从众成交 请客户试用成交 2.编筐编篓,重在收口 成交收尾的注意事项 签订合约要规范 3.不能达成交易非好汉 要锲而不舍 巧妙博得同情 运用淡旺法则 第五章 为下次成交铺好路 一、签单后接着要做什么 1.最快速度组织供货 在感谢中送别客户 仔细核对产品 要未雨绸缪 2.收回货款更重要 货款落袋为安 收款时需要做些什么 3.延迟交付货款怎么

<<保证成交的N个细节>>

办 催讨货款的策略 建立信用机制 二、签约后又是成交的开始 1.真诚而到位的售后服务 要有包容的心态 处理成交后的不满 2.常与客户保持联系 维护与客户关系很重要 增加客户的信任度 3.定时回访老客户 可以赢得回头客 请劳客户介绍新客户 参考文献后记

<<保证成交的N个细节>>

章节摘录

第一章 为成交做好一切细致准备一、成交必备的信念和心态1.保证成交的自我准备为客户着想
在如今买方占据优势的市场环境下，客户为什么能在众多的商品中偏偏选择你为他提供的产品、服务？是你的产品（服务）性能更到位还是你报的价格比别人都低，这两者似乎都不是客户选择你的绝对因素。

那到底是为什么呢？

其实很简单，优秀的业务人员会这样大声告诉你：“因为我们真正地为客户着想。

”的确，只有为客户着想才能真正获得客户的认可。

为客户着想，就是站在客户的立场来看待自己的产品或服务，只有自己产品或服务的优点能打动自己，那么将其推荐给客户才能保证达成交易。

设身处地地站在客户的立场上，至少能让客户感受到你在为他着想。

为客户着想你可以这样做：（1）站在客户的角度考虑问题，要站在客户的利益上去分析产品，设身处地地为客户考虑。

（2）了解客户的需求，然后把产品有针对性、实事求是地推介给客户。

某电子厂的业务人员李玲有一天接到一名辽宁的姓张的客户打来的电话，对方是来询价的。

她问清了客户的用处并记录下来，然后按照对方的要求很快报了价给他。

要按程序说，这样也就完成任务了，可李玲仔细看了对方的要求，觉得这样配置机型不合理，造成客户资源浪费。

其实如果客户觉得这个价格很合适而成交，她的销售提成就会高一些。

可是李玲出于为客户着想的原则，还是做了连自己都有点不敢相信的事情，在刚才报完价之后，她又马上打电话给客户：“张先生，您好，我有个建议不知道您能不能听听？

”

<<保证成交的N个细节>>

后记

历时半年多的编写工作，本书终于与读者见面了，需要说明的是，本书编写得益于许多在一线实战多年的营销精英的鼎力相助，本书许多内容得益于他们提供的资料和素材，可以说字字珠玑，本书还借鉴了许多营销界企业界同行的观点和论述，更得到了很多业界朋友的帮助和启发，在此不能一一列举，只能对他们表示深深谢意！

在本书的策划、编写过程中，中国物资出版社的编辑提出了很多宝贵意见和建议，并付出了许多辛勤工作，使得本书能更加完善，并能这么快与读者见面。

参加本书编写的人员主要还有王金花、赵河俊、申生刚、李军、王玉如、赵文华、王金枝、王佳、唐秀红、路晓洁、李宇林、张立志、侯慧娴、韩阿庆、梁海、陈兵礼、崔铨福、高秀英、崔金明、黄姬英、李敏、崔光明、胡家、罗飞、张晓荣、王建玲、冯婷、崔日明、申娟、胡飞、李青霞、陈忠杰、赵莲花等，在此对他们的辛勤工作深表谢意！

也希望本书能成为每个营销人员真正的良师孺友！

<<保证成交的N个细节>>

编辑推荐

《保证成交的N细节》将介绍：达不成交易，一切都是空谈！
140个关键细节保证每一个可能的签约意向都成为铁的订单！
迅速把准客户的心脉巧妙提问摸清客户底牌掌握否定客户的艺术谈判中绝不能犯的错误开辟成交的绿色通道了解阻碍成交的因素排除客户要买的障碍用“双赢”最终达成一致抓住成交的关键——签约运用心理战术达成交易把握心理战术达成交易把握签约的时机与准则为下次成交铺好路。

<<保证成交的N个细节>>

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>