

图书基本信息

书名：<<金牌直销员拓展客户的101个沟通细节>>

13位ISBN编号：9787506023078

10位ISBN编号：7506023075

出版时间：2005-9

出版时间：东方出版社

作者：王铁

页数：208

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

就本质而言，推销就是一种沟通的艺术，每个人每时每刻都在努力与外界进行沟通。婴儿啼哭，想要吃奶或换尿布，他是在推销自己的愿望；员工用各种方式要求老板加薪，也是在与老板的沟通中推销自己的想法。

事实上，任何人不管在什么时间，身处什么地方，在做什么事情，都是在忙着推销。推销能透过有形的产品或无形的理念，以完成自己所欲达到的目的，推销能深深影响每一个人一生的成败，也就是说，只有擅长推销者，才能成大功立大业。

因此，想要拥有成功的人生，就要设法使自己成为一个成功的推销家。

而在成功直销的过程中，无处不尽显推销技能的魅力。

我们通过本书中介绍的王先生作为主人公来说明成功直销的全部流程，同时，通过这样的流程让读者了解王先生是怎样在激烈竞争的市场中，摆脱业绩下滑、市场萎缩的不利局面，怎样成功地拓展大量客户并逐步成长为一名具有娴熟的营销技巧、丰富的人格魅力和广阔的专业市场的直销专业人士。

我们介绍王先生还要从王先生生意陷入低谷的那段时间开始，王先生做直销已经有了一段时间了，论资历不算短，但也不能说长。

在直销行业稍有点经验的都知道，说资历没用！

直销可不是凭资历深、辈分高就能金钵银碗、高枕无忧了。

不信你就问修鞋的，眷顾他们最多的主顾就是直销员。

这个中滋味只有直销员自己知道。

做直销苦！

但直销是一个先苦后甜的行当；做直销累！

但直销又是一个苦中有乐的过程。

据权威机构统计每10个做直销的人中，能坚持10个月的只有一个人。

那为什么很多人中途退出了，是因为直销的苦和累吗？

不见得，市场经济下只要能赚钱，趋之若鹜的大有人在，苦和累又算得了什么。

真正的原因恐怕就在于退出的人无法找到足以推动其市场渠道发展的大量客户。

王先生所代理的品牌已经有了一定的市场，但是他的市场已经陷于停滞发展的阶段，业绩不上不下地维持令王先生很苦恼。

其实，直销的基本程序并不难掌握，大体上可以分为在契入沟通中拓展客户，在拜访邀约中沟通客户，在现场沟通中接触客户，在会后沟通中了解客户，在服务沟通中稳定客户。

当然有的专业院校在教科书中将直销步骤分成：寻找准客户、约见准客户、接近准客户、直销洽谈、处理异议、克服障碍、促成交易、售后服务等八个环节。

这样的划分其实和我们提到的契入沟通五大环节有异曲同工的效果，无论怎样去划分。

只要你妥善地掌握了这五大环节中的要旨，成为一名金牌直销员，成功地拓展数以千计的客户就为期不远了。

这里，我们仅以王先生为例，为他提出了拓展客户的101个沟通细节。

<<金牌直销员拓展客户的101个沟通细>>

内容概要

作为金牌直销员的必备图书，本书从契入、邀约、配合分享、跟随和服务等从事直销业必经的几个步骤出发，以大量的案例介绍了每个步骤中所涉及的沟通技巧。

作者简介

王铁：嘉言堂直销文化交流中心副主编、图书策划人，多家出版机构的签约作者。长期致力于对直销文化的研究，对于国内外各大直销机构的奖励制度、运营机制、产品对比有其独到的见解。

书籍目录

第一章 在契入沟通中拓展客户 沟通细节一：直销员，你听说过契入式沟通吗？

把冰卖给爱斯基摩人 让总统买下这把斧子沟通细节二：在拓展客户的沟通中要知己知彼 你了解你产品的价值吗？

沟通细节三：沟通前悉心调查你的客户 调查你的大客户沟通细节四：电话中的随机沟通 用电话簿邀约你的客户沟通细节五：在客户的需求中寻客户 李子的不同卖法沟通细节六：等待你沟通的客户满街都是 你真的找不到客户吗？

沟通细节七：让沟通帮你赢得客户 客户在身边沟通细节八：随时准备与客户沟通 换个心态来寻找你的客户沟通细节九：跳出常规拓展你的客户 你能让和尚买梳子吗？

沟通细节十：沟通中了解客户的偏好 自己上门的订单沟通细节十一：沟通失败就再次沟通 想做金牌直销员你跑了多少路？

沟通细节十二：要成功沟通就要跑得足够远 朋友多了路好走沟通细节十四：沟通中寻找话题打破僵局 契入到客户的中枢神经来沟通沟通细节十五：我只和你沟通5分钟 拓展客户沟通时效法则沟通细节

十六：沟通中谈谈客户的骄傲 用客户感兴趣的话题开始沟通细节十七：沟通客户要有真情实感 了解客户的所爱沟通细节十八：与不可能的客户沟通 从客户那里赚学费沟通细节十九：巧妙接近客户的秘方 谁说身边没有客户？

沟通细节二十：成功拓展傲慢无礼的客户 记客户学乖第二章 在拜访邀约中沟通客户第三章 在现场沟通中接触客户第四章 在会后沟通中了解客户第五章 在服务沟通中稳定客户

章节摘录

第一章 在契入沟通中拓展客户 沟通细节一：直销员，你听说过契入式沟通吗？

关于“契入沟通”，看到标题王先生问：什么是直销员的契入式沟通？

我们不想冠冕堂皇地讲什么大道理，如果您也是直销员，就往下看两个例子。

之后，咱们再说什么是契入式沟通的定义。

把冰卖给爱斯基摩人 美国传奇营销大师汤姆·霍普余斯从小生性顽劣，他没有按照老爸给他设定好的生活轨迹攻读律师学校，叛逆的个性让学校不得不勒令他退学。

但是在营销上的过人天赋，却为这位大师展现了他的人生风采。

一次成功的销售铸就了汤姆·霍普余斯的辉煌，因为他把冰推销给了生活在冰周围的爱斯基摩人——阿默斯林。

这个案例成了20世纪营销领域的经典案例，今天我们把这个案例作为我们契入沟通的说明性范例。

让读者和王先生首先对契入沟通有一个直观的感性认识。

汤姆：您好！

我叫汤姆·霍普余斯，在北极冰公司工作。

我想向您介绍一下北极冰给您和您的家人带来的许多益处。

爱斯基摩人：这可真有趣。

我听到过很多关于你们公司的好产品，但冰在我们这儿可不稀罕，它用不着花钱，我们甚至就住在冰房子里。

汤姆：是的，先生。

注重生活质量是很多人对我们公司感兴趣的原因之一，而看得出来您就是一个注重生活质量的人。

你我都明白价格与质量总是相连的，能解释一下为什么你目前使用的冰不花钱吗？

爱斯基摩人：很简单，因为这里遍地都是。

汤姆：您说得非常正确。

你使用的冰就在周围，日日夜夜，无人看管，是这样吗？

爱斯基摩人：是的，这种冰太多了。

汤姆：那么，先生。

现在冰上有你和我，那边还有正在冰上清除鱼内脏的邻居，北极熊正在冰面上重重地踩踏。

还有，你看见企鹅沿水边留下的脏物了吗？

请您设想一下这种情景。

爱斯基摩人：我宁愿不去想它。

汤姆：也许这就是为什么这里的冰不必花钱的原因，生活在这种冰的世界中能说是经济合算吗？

爱斯基摩人：对不起，我突然感觉不大舒服。

汤姆：我明白。

给您家人饮料中放入这种无人保护的冰块，如果您想感觉舒服必须要先进行消毒，那您如何去消毒呢？

爱斯基摩人：煮沸吧，我想。

汤姆：是的，先生。

煮过以后您又能剩下什么呢？

爱斯基摩人：水。

汤姆：这样你是在浪费自己时间。

说到时间，假如您愿意在我这份协议上签上您的名字，今天晚上你的家人就能享受到最干净、卫生的北极冰块饮料。

噢，对了，我很想知道你的那位清除鱼内脏的邻居，您以为他是否也乐意享受北极冰带来的好处呢？

爱斯基摩人：你的分析很精彩，我想他和我一样，会接受你的建议的。

这是我们给读者展示的第一个范例，不知道读者看完这个案例有何感想？

为了进一步阐释我们的契入式沟通的理念，我们再给大家阐释一个很生动的案例。

<<金牌直销员拓展客户的101个沟通细>>

让总统买下这把斧子 美国的一个名叫布鲁斯金的学会，是专门叫人如何做商品推销工作的。一位美国新总统刚上任，学会便给毕业学员出了一道题：请把一把斧子推销给这位总统。

对此大多数学员觉得不可思议：堂堂一个总统，吃、喝、住、行等都不用过问，哪会买一把斧子？

然而，一个名叫乔治·赫伯的学员却做到了。

面对记者的采访，他说：我认为，把一把斧子卖给总统是完全可能的，因为我知道新总统在得克萨斯州有一个农场，那里种了许多树。

于是，我给他写了一封信，说有一次我有幸参观了您的农场，发现种着许多矢菊，有的已经死掉。

我想，您一定需要一把斧子。

现在我这儿正好有一把这样的斧子，很适合修理这种树木。

假若您有兴趣的话，请按这封信所留的信箱，给以回复；后来总统就给我寄了15美元。

乍一听，一把斧子卖给一位总统，的确有点不可思议。

事实上，大多数的美国学院正是败在“不可思议”的主观臆断下，乔治卖斧子的成功让其他学员为之扼腕叹息。

的确，有许多事情看起来很难做到，但并不代表绝对做不到。

因为有些“不可思议”的事情，只是我们对客观事物的主观臆断。

让我们记住布鲁金斯学会网页上的这句话：不是因为有些事情难以做到，我们才不去做，而是因为失去自信和缺乏勇气，才显得难以做到。

沟通思考：看完这两个例子，王先生有所领悟，但他马上说了：谁做直销不是介绍自己产品的优点。

确实是这样，很多直销员能口若悬河地介绍自己产品的优点。

但是你考虑到你的客户了吗？

沟通是与客户的沟通，叫客户也好，说上帝也行。

总之，他们就是你要契入的核心目标。

卡内基说：“一个仅仅推销具体产品的推销员与推销产品功能的推销员的销售差别是非常大的。人们购买的最根本的目的是为满足其某种需求，而商品的功能正是使需要得以满足的可能。

” 契入式沟通就是：准确地寻找产品和客户的契合点，从人性化的角度、从顾客的立场去切入交流，让最优质的产品找到最适合它的客户群体。

；

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>