

<<销售这样说，客户才会买>>

图书基本信息

书名：<<销售这样说，客户才会买>>

13位ISBN编号：9787510424281

10位ISBN编号：7510424283

出版时间：2011-12

出版时间：新世界出版社

作者：刘行光

页数：308

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>

<<销售这样说，客户才会买>>

前言

有这样一个笑话：从前某个村庄，有一位地主乘船时落水了，一位施救的长工对他说：“把你的手给我，我拉你上来。

”这个地主十分吝啬，一听要把手给别人，就宁死不从。

幸好有一位熟知地主秉性的长工喊：“把我的手拿去。

”地主迅速伸出手来，获救了。

销售是一门说话的艺术，同样的一个内容，说法不同，结果肯定不同。

会说话和不会说话的结果大不一样，甚至截然相反。

还有一个故事：第二次世界大战的时候，某国军方推出了一种保险，如果每个士兵每个月交10元钱，那么万一上战场牺牲了，他的家人会得到10万元的赔偿。

这种保险推出以后，军方认为士兵们肯定会踊跃购买。

他们向各级军官下达命令，要求军官们向士兵宣传这种保险的好处，并鼓励大家都来投保。

结果很让人意外，不管军官们如何宣传，从始至终都没有一位士兵愿意购买这种保险。

军官们都很纳闷，实在想不明白这些士兵们为什么对这样“划算”的保险理都不理。

其实，士兵们的想法很简单，如果投保之后，自己平安无事，那么这每月10元钱算是打了水漂；而如果投保后自己真的牺牲了，那么连命都没有了，赔偿10万元又有什么用呢？

所以，在士兵们看来，每月10元钱还不如买些小酒来得划算。

后来，军方为了说服士兵们投保，特地请来了一位很有名气的销售高手。

这位销售高手对士兵们只说了简单的几句话，他说：“小伙子们，让我来跟你们说一说这保险有什么用。

如果你们投保之后，不幸在战争中牺牲了，那么政府将会赔偿给你们的亲人10万元；而如果没有投保却牺牲了，那么政府只需要赔偿给你们家人几千元的抚恤金。

你们想想，政府是愿意先派那些牺牲了只需要赔偿几千元的士兵上战场呢，还是愿意先派那些牺牲了要赔偿10万元的战士上战场呢？

”听完这番话，士兵们纷纷加入了投保的行列。

“买卖不成话不到，话语一到卖三俏。

”同样的产品，同样的客户，换了一种说法，销售的效果就有天壤之别！

可见，销售人员真是靠“嘴”吃饭的，一名出色的销售人员一定要有出色的口。

说到会说话，有的销售人员一定在想：“我的口才很好啊，别人经常夸我特别能说。

”注意，往往越是这些“很能说话”的销售员，他们的业绩越是不理想。

为什么呢？

因为做销售不是做演讲，你讲得天花乱坠，但是客户未必听得进去。

这里再讲一个笑话：超市里的一名推销员，对一位家庭主妇喋喋不休，把自己销售的所有产品的优点一一介绍，主妇却毫无反应。

推销员最后问道：“说了半天，府上究竟缺少什么？”

”主妇直截了当地说：“钱。

”这个笑话有点冷，但现实中确实有很多这样的销售人员，他们的语言表达能力很强，对自己的说话能力很自信，但能说话不代表会说话，找不到客户的需求点，不能打动客户，业绩自然上不去。

销售人员的会说话和常规意义上的会说话也有着很大的不同，要想做好销售，就必须接受专业的指导，学会销售中正确的说话方式。

例如，销售人员与客户初次接触的前两分钟特别重要，如果掌握了专业的说话技巧，就能在这两分钟内给客户一个良好的第一印象，那么接下来的销售就会事半功倍，否则销售的难度就会大大增加。

还有像化解客户的异议，客户异议在销售中总是无处不在，真正会说话的销售员三言两语就能让客户的疑虑自然消除，坚定其购买的决心。

此外，挖掘需求、介绍产品、促成交易等每一个环节，销售人员都要掌握好说话的时机，运用恰当的说话方式，说正确的话。

<<销售这样说，客户才会买>>

整个过程中稍有疏漏，则前功尽弃。

本书正是出于帮助销售人员改善说话技巧的目的而出版的。

书中总结了销售过程中几乎所有的典型性说话技巧，是目前市场上销售口才类图书中最全面的一本。

书中还提供了标准化的说话模板，实用性非常强，销售人员可以轻松地将书中讲授的说话技巧应用于销售实践。

只要认真阅读本书，相信你的销售业绩必然取得重大突破。

本书并没有采取那种说教式写作方式，而是选用了大量生动鲜活的销售案例并加以解析，启发读者的思维，做到一点就通。

本书行文通俗易懂，读者能够一边学习销售知识，一边体会阅读的乐趣。

无论你是一名销售新手，还是一名有着多年从业经验的老手，如果你对自己的业绩还不够满意，如果你想让自己的事业更上一层楼，这本书你都应该读一读。

相信你在轻松快乐的阅读之后，一定能感觉到自己的销售技能有了明显的提升。

最后，祝愿我们的销售员朋友在销售之路上走得更好、更顺畅！

<<销售这样说，客户才会买>>

内容概要

销售员是靠“嘴”吃饭的，只有把话说得恰如其分，打动了客户，才能突破客户的心理防线，促使其买下产品。

所以，对一名销售员来说，如果想让自己的业绩有所突破，首要任务就是提升自己的口才。这就必须接受专业的指导，学会在销售中正确地说话和说正确的话。

本书在对销售沟通的基本要素进行了阐述之后，详细说明了销售过程中的开发客户、预约客户、拜访客户、接近客户、介绍产品与报价、处理客户异议、成交、收取货款、售后服务等各个环节需要用到的沟通技巧，情景对话与技巧说明相结合，寓理于景，是销售人员自我提升沟通能力的实务手册。

<<销售这样说，客户才会买>>

作者简介

图书公司编辑，出版过《人脉操纵术》。

<<销售这样说，客户才会买>>

书籍目录

- 第一章 磨刀不误砍柴工，销售不打无准备之仗
- 你不是卖东西的销售员，而是帮助客户买东西的专家
 - 不做准备的销售员就是准备失败的销售员
 - 真正了解你销售的产品，你才能百问而不倒
 - 你销售的不是产品，而是产品的好处
 - 资料比你会说话，给客户最有效的证明
 - 了解客户的动机，帮助客户正确地购买产品
 - 找对池塘钓大鱼，知道谁才是你真正的客户
 - 别跟客户计较，练就“一笑了之”的豁达心态
 - 用自信创造让客户无法抗拒的强大气势
 - 划着的火柴才能点燃蜡烛，客户只买“热情”的单
- 第二章 你只有两分钟，初次见面就要打动客户
- 一线万金，通过电话顺利约到客户
 - 略施小计，绕过“障碍”与目标客户通话
 - 直接找正确的客户说话，别把时间浪费在门卫身上
 - 设计好开场白，好的开场白是成功的一半
 - 妙用小道具开场，激发客户的好奇心
 - 越是下雨下雪天，越是去拜访客户的大好时机
 - 通过30秒测试，你才是合格的销售员
 - 名片就是你的代言人，让名片为你加分
 - 巧用统计数据，让客户自己说服自己
- 第三章 读懂客户的心，销售就是察言观色攻心
- 从服装配饰评估客户的购买力
 - 从言谈举止中发现谁是“当家人”
 - 通过空间距离测量你与客户的心理距离
 - 什么样的客户有什么样的口头禅
 - 去伪存真，滤掉客户话语中的“水分”
 - 根据语气、语速变化发现客户的心理变化
 - 看客户的眼色行事，才能使销售顺利进行
 - 从走路姿势发现客户的真实性格
- 第四章 销售应该这样说，客户才会无法拒绝你
- 寒暄是一种艺术，要让客户感到温暖而非虚伪
 - 销售要会讲故事，好的故事自己会说话
 - 学会克制自己——特别是当你想发表高见的时候
 - 不要把精力放在思考怎样反驳对方的观点上
 - 准确的数字会让你的话变得更权威更专业
 - 赞美要赞到点子上，挠到客户的“痒处”
 - 买卖不成话不到，话语一到卖三俏
 - 如果你能让客户大笑，你就能让客户购买
 - 向客户请教“您是怎么开始您的事业的”
- 第五章 如何说客户才爱听，怎样听客户才肯说
- 听话听音，读懂客户话语背后的潜台词
 - 会说更要会听，80%的成交都是靠耳朵来完成的
 - 把说的机会给客户，客户就会把成交的机会给你
 - 心急吃不了热豆腐，沉住气才能钓到大鱼

<<销售这样说，客户才会买>>

声情并茂地介绍产品，才能让客户爱上你的产品
介绍产品扬长避短，切忌过分夸大产品优点
正确评说竞争对手的产品，切忌无端贬低竞争对手
抓住客户的“痛处”，把话说到客户的心坎儿上
销售说得天花乱坠，客户反而不会相信
话说得多容易错，防止自己一时兴起说漏嘴

第六章 你越关心客户的需求，客户就越关心你的产品

站在客户的角度去考虑问题并介绍产品
二流销售员满足客户的需求，一流销售员创造客户的需求
善用针对性的提问，套出客户的真实需求
对客户资料掌握越精确，成功的概率就越大
发掘客户存在的问题，并扩大客户不购买的痛苦
给不想喝水的马先吃些盐，你就可以制造出需求来
客户的话是一张藏宝图，顺着它可以找到宝藏
如果听不懂对方的意思，一定要问一句“您的意思是”

第七章 嫌货才是买货人，轻松化解客户对产品的异议

把客户的注意力从价格转移到价值上来
先赞同后发问，让客户说出他的“难言之隐”
妙用演技，让客户享受讨价还价的乐趣
销售是一种博弈，想方设法让客户先亮出底牌
让步是必然的，但是一定要在关键的时候才适当让步
记住：永远不要接受客户的第一次报价
体验式营销，让客户从旁观者变成参与者
理性分析让客户明白“一分价钱一分货”的道理
遇到挑三拣四的客户，要沉着应对客户的各种挑剔
巧用参照物，让客户货比三家才会感觉物超所值

第八章 果断抓住成交信号，该成交时就成交

找出产品的卖点，运用卖点打开客户的心扉
得寸进尺效应：销售不要放过任何一笔小生意
不要等客户自己做决定，而是主动帮他做决定
利用从众心理，别人的合同也能当做成交的工具
假设成交法：你假设可以成交，它就真的可以成交
只要你能解决客户的困难，客户就能解决你的订单
描绘客户购买之后的快乐和美好，推动成交
利用贪图便宜心理，促使客户下决心购买

第九章 销售的最高境界就是边做销售边交朋友

第一次成交靠产品，第二次成交靠服务
你可以欺骗上帝一百次，但你不可以欺骗客户一次
你关照好客户的生意，客户就关照好你的生意
最有力的销售武器是情感，好的关系胜过一切
让老客户做你的“兼职销售员”，帮你介绍新客户
用客户的说话方式说话，客户才会更喜欢你
从老客户那里“挖金”，让客户的消费升级
避免“漏斗”现象，千万别让老客户流失
把客户当成你的合作伙伴，要与客户共享利益

<<销售这样说，客户才会买>>

章节摘录

版权页：你不是卖东西的销售员，而是帮助客户买东西的专家“客户到底喜欢什么样的销售员？”

这是困扰每一位销售员的问题，同时也是每一位销售员追求的目标。

在传统的销售思维中，有两个极端，有人认为客户喜欢那种诚实的销售员，不是把自己的产品吹得天花乱坠，而是实事求是地介绍自己的产品；有人认为销售员一张嘴就要来钱，要具备把一根稻草说成金条的能力。

但是这样两种销售员就一定受人欢迎吗？

一位营销总监去电子卖场，刚进门就被一个年轻的销售员拦住，销售他们的产品。

这位总监对产品毫无兴趣，倒是反过来问道：“你是做什么的？”

只见那个销售员愣了半响，说道：“卖东西的销售员。”

总监微微笑了笑，随后严厉地说道：“你应该说自己是帮助客户买东西的专家！”

既然你是做销售的，就要对自己有信心，就要熟知产品的信息、功能，不自信是做不好销售的。

而另一种夸夸其谈的销售会给客户一种不诚实的第一印象，说得多反而令客户起疑心，甚至有强买强卖的嫌疑。

的确，现在的客户更喜欢专家式的销售员。

一家传真机公司销售刚刚面世的传真机，虽然产品很有优势，但始终不能打开市场。

因为传真机价位很高，大约在五六万元人民币，而市场份额相对很小。

针对这种销售不畅的实际情况，该公司请一家咨询公司的产品专家来帮助考虑如何将传真机推向一个新的领域，打开市场。

产品专家通过研究传真机的一些特性，发现传真机有3个非常重要的特性，这3个特性是当时市场上所有的通信工具和手段都无法替代解决的速递式、跨距离以及可以传送数据和文字。

产品专家根据传真机的3个特性到市场上去寻找必须使用这3个特性的客户以及必须用这3个特性来解决工作中难题的客户，很快就发现了目标客户，是一家石油公司。

<<销售这样说，客户才会买>>

编辑推荐

《销售这样说,客户才会买》编辑推荐：销售工作是拿业绩说话的，所以很多销售员为了拿下更多的订单，整天都忙着拜访客户，工作时间长、强度大，而根本无暇静下心来耐心学习、思考销售之道。长此以往，则犯了南辕北辙的错误，尽管自己投入了很多，但一直追求的业绩并没有明显提高。无论做什么事情，还是找对方法最为关键，埋头蛮干不可能取得好成绩。

而销售的方法主要还是体现在说话上，同样的产品，同样的客户，换一个不同的说法，销售的结果截然不同，这样的例子非常多。

我们身边那些销售高手无一不是说话高手，而销售员成为销售高手的唯一途径就是把口才练好。

销售是一门说话的艺术，不会说话就做不好销售。

聪明的人用嘴巴说话，智慧的人用大脑说话。

销售就是一场心理游戏，只有那些把话说到客户心窝里的人才能立于不败之地！

金牌销售员瞬间赢得客户信任的沟通技巧。

销售这样说话，客户无法拒绝。

销售员懂不懂沟通、会不会说话与交易的成败有着非常大的关系。

同样的产品，卖给同样的对象，为什么有的人能卖出去，有的人不能卖出去？

为什么有的人卖得多，有的人卖得少？

归根结底是语言的魅力。

你说得不好，客户马上就能从你的话中找到疏漏之处，然后会毫不犹豫地拒绝你。

你说得滴水不漏，客户找不到拒绝你的理由，就有可能买下你的产品。

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>