

<<销售一定要懂的拜访术>>

图书基本信息

书名：<<销售一定要懂的拜访术>>

13位ISBN编号：9787513604338

10位ISBN编号：7513604339

出版时间：2011-1

出版时间：中国经济

作者：文文明//张路评

页数：258

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>

<<销售一定要懂的拜访术>>

前言

作为销售员，要完成一次交易需要经历许多考验，而在这些考验中，拜访客户是最基础也是最重要的一个环节。

如果我们把销售的整个流程比喻为盖一座高楼，那么拜访客户就是打地基，地基打得越牢固，高楼才能盖得越高。

相信每个销售员都十分重视拜访客户这一环节，但是为什么同样是拜访客户，有的销售员年年得销售冠军，而有的销售员却始终业绩平平呢？

大家在生活中也许都有这样的经历，虽然我们看着一道菜的图片及菜谱，认为自己动手也能做出来，可结果做出来的味道却相差很远。

其中的原因就在于我们不是专业厨师，不懂得要想做出一道美味的菜肴，从食材的选用、搭配、调料的多少，以及火候的掌握都是有很多讲究的。

拜访客户也是同样的道理，业绩平平的销售员与金牌销售员的差别就在于，他们只知道拜访的一些简单流程，而金牌销售员却知道决定拜访成功的每一个要素，像厨师谙熟烹调的技术一样能够熟练掌握并灵活运用每一个拜访策略。

本书就为大家逐一解密金牌销售员从拜访前的准备工作到成功完成拜访的100个策略，并指导我们恰当、灵活地运用，使我们也能掌握销售的秘诀，从此战无不胜。

秘诀1：如何做好拜访准备俗语有“不打无准备之仗”、“磨刀不误砍柴工”之说。

在拜访客户之前销售员最忌仓促上阵，所以本书一开始先为大家介绍一些做好准备工作的策略，保证大家能够自信、从容地面对客户。

秘诀2：如何寻找准客户销售员的时间和精力是宝贵的，我们不能做“无头的苍蝇”，盲目地去拜访客户，所以接下来要掌握的就是如何寻找准客户以及找对准客户的策略，只有有的放矢地去拜访客户，我们的工作效率才能提高。

<<销售一定要懂的拜访术>>

内容概要

本书就为大家逐一解密金牌销售员从拜访前的准备工作到成功完成拜访的100个策略，并指导我们恰当、灵活地运用，使我们也能掌握销售的秘诀，从此战无不胜。

<<销售一定要懂的拜访术>>

书籍目录

第一章 工欲善其事，必先利其器——拜访之前的准备工作要做细 谙熟预约的技巧 制订最佳的拜访计划 用寄送的样品为成功拜访开路 熟悉产品的所有信息 掌握产品的市场信息 准备好销售工具 相信自己的能力和公司的产品 充分了解客户信息 选择最佳的拜访场所 拜访之前要摆正心态 第二章 准确锁定拜访目标——找到潜在客户等于抓住了“潜力股” 你知道客户在哪儿吗 广交天下友，从中锁定客户 准确筛选出准客户 调查分析准客户 找到购买决策人的细节 利用人脉资源找到客户 巧妙获得客户的引荐 建立影响力中心 学会判断潜在客户 第三章 销售只做一件事——推销自己——拜访时成功打动客户的八种策略 第一印象很重要 得体的商务礼仪为成功拜访加分 微笑时刻挂在脸上 亲和力是拜访的秘密武器 时刻保持饱满的热情 诚实守信是打动客户的关键 让客户感到你是专家 坚持不懈，持之以恒 第四章 没有说服不了的客户——破除销售障碍的拜访策略 战胜“害怕被拒绝”的心理 学会倾听更有利于销售 让良好的观察力为成交开路 情感让营销更容易 慧眼识别出真假异议 客户没时间怎么办 客户没钱怎么办 客户做不了主怎么办 第五章 你得懂点销售心理学——在拜访中瞬间破解客户的“心理密码” 破译客户的购买心理密码 从肢体语言中洞察客户心理 谦虚一点，满足客户的表现心理 减轻客户的逆反心理 利用从众心理帮客户做决定 消除购买风险，满足客户的心理安全感 巧用好奇心，激发客户的购买欲望 满足客户渴望受到尊重的心理 第六章 随风潜入夜，润物细无声——让客户在潜移默化中接受你的引导 用数据增强说服力 一次示范胜过一千句话 巧用提问引导法，在对答中发现玄机 客户的需求需要引导 让客户感受到利益 运用“富兰克林销售法”，引导客户趋乐避苦 运用产品比较法，引导客户自动签单 利用人人熟知的案例劝服客户签约 第七章 怎样说，客户才会听——语言上的有效沟通让拜访无往不利 好的开场白是成功拜访的一半 用最恰当的语言介绍产品 了解拜访的语言禁忌 寻找双方共同的话题 赞美的语言最能打动客户 幽默让气氛不再尴尬 用暗示的语言说服客户 注意说话的语音、语调 第八章 到什么山要唱什么歌——拜访也要因人而异，寻找最佳销售突破口 看人下菜碟儿：拜访不同个性客户的策略 长幼有别：拜访不同年龄客户的策略 消费男女：拜访不同性别客户的策略 对“质”下药：拜访不同气质客户的策略 交际达人：拜访不同社交类型客户的策略 贫富都是客：拜访不同消费水平客户的策略 南北通吃：拜访国内客户的策略 打开门做生意：拜访国际客户的策略 第九章 “踢好临门前关键的一脚”——把握时机，让成交不再是个难题 密切注意客户的成交信号 教你如何促成犹豫不决的客户 如何促成对价格有异议的客户 签单，该出手时就出手 永远比竞争对手快一步 逆向思维帮你轻松签单 步步为营，让客户进入你的“圈套” 激将法——成交的撒手锏 置之死地而后生的冷淡成交法 强调产品的稀缺性，促使客户尽快成交 互利共赢——你帮客户解决问题，客户帮你提高业绩 第十章 真正的销售始于拜访后——把新客户变成“永远”的客户 让道别为下一次拜访铺路 不忘约定下次相见 用迂回战术重新开始 做好及时有效的再访 与客户建立友谊 如何给客户送礼 与客户保持长期联系 学会客户分级和管理 帮经销商客户销售产品 如何扩大再销售、实现转介绍 第十一章 有些单不见面也能签——电话拜访客户成功策略大全 打电话前的准备工作要做好 调整好电话拜访的心态 不见面也能建立起信任 电话拜访的时间策略 轻松找到决策人的方法 如何避免客户的拒绝 针对不同客户类型采用灵活的沟通技巧 对客户的不合理要求巧妙说“不” 在电话拜访中倾听同样重要 妥善处理客户的抱怨 教你如何在电话中成功签单 注意挂电话的礼仪

<<销售一定要懂的拜访术>>

章节摘录

俗话说得好：“巧妇难为无米之炊”。

要想成为金牌销售，就必须拥有充足的客户源，这样才能把业务深入地开展下去。

没有拜访就没有销售，同样，没有潜在客户又何谈拜访？

所以说，销售人员要想做好业务，就必须拥有一笔可贵的潜在客户资源。

总有许多销售人员为这个问题而苦恼，他们不知道怎样去寻找客户，经常抱怨说：不知道这些客户都藏在哪了？

其实，每种产品或是每一个销售人员所面临的客户群都是非常庞大的，而且有些客户就在自己身边，关键是要用心去寻找。

1.潜在客户有时就“藏”在本公司内部一般来说，公司的市场部、公关部或是售后服务部都是经常和客户打交道的部门，所以，从那里可以获得一部分潜在客户的资料；销售部门的主管或是经理也会把一些潜在客户的资料提供给手下的销售人员，当然，如果我们平时的业绩很出色，那么得到这种资料的机会自然也会更多；另外，公司内部其他产品线的销售人员也可能为我们提供一些类似的信息。不过，要想获得这些信息，我们必须满足一个条件，那就是要和这些部门的人处好关系，关系处到位了，我们想要的资料自然会源源不断地向我们涌来。

除了以上说的几种找到潜在客户的渠道以外，我们还可以借助公司内部的其他信息找到我们的客户。

比如，一般情况下，销售型的公司都会订购一些与产品或是销售相关的书刊、杂志或是专业书籍。

在这些资料上面有许多潜在的客户信息，经过分析和筛选之后，相信我们可以收获不少。

总之，作为一名销售人员，我们必须掌握从公司内部获得潜在客户信息资料的能力，这是成为金牌销售的一项基本功。

2.“隐藏”在各种媒体中的潜在客户报纸杂志、广播电视、互联网，这些存在于各个角落的媒体是潜在客户更大的“藏身地”之一。

<<销售一定要懂的拜访术>>

编辑推荐

《销售一定要懂的拜访术:金牌销售成功拜访的100个策略》：真正的销售始于成功的拜访之后。

<<销售一定要懂的拜访术>>

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>