

<<汽车销售快速成交50招>>

图书基本信息

书名：<<汽车销售快速成交50招>>

13位ISBN编号：9787513612548

10位ISBN编号：7513612544

出版时间：2012-3

出版时间：中国经济

作者：华英雄

页数：221

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>

## <<汽车销售快速成交50招>>

### 内容概要

经典的案例、超强的实用性。  
沟通训练专家倾情讲授使数万人受益的实用销售技巧。  
《汽车销售快速成交50招》让你成为世界上最伟大的销售高手！

## <<汽车销售快速成交50招>>

### 作者简介

华英雄是谁？

华英雄，资深沟通训练专家；  
中国名师学院研发主任；  
浙大继续教育学院客座教授；  
上海交通大学成人教育学院客座教授；  
华东师范大学免费师范生和研究生兼职导师；  
2010年上海世博会沟通礼仪教练；  
2009年被评为全球华人十大礼仪培训师；  
2008年北京奥运会礼仪训练师；  
2006中国培训师竞争力排行榜被评为中国十大最具潜力培训师；  
阿里巴巴特邀视频直播讲师；  
中华讲师网品牌讲师.....

## <<汽车销售快速成交50招>>

### 书籍目录

#### 第一章 初次与客户接触

- 第1招 客户对销售人员态度冷淡
- 第2招 巧妙应对客户刁钻问题
- 第3招 获取客户个人信息资料
- 第4招 探寻客户购车的潜在意向
- 第5招 客户开门见山地询问价格

#### 第二章 客户需求发掘

- 第6招 客户考察之后又再度到访
- 第7招 了解客户的购车背景
- 第8招 掌握客户需要解决的问题
- 第9招 升级客户解决问题的欲望
- 第10招 掌握客户中意的理想车型
- 第11招 挖掘客户重点关注内容
- 第12招 探询客户购车的预算计划
- 第13招 掌握客户购车的时间计划
- 第14招 理清购车的关键决策人物
- 第15招 判断客户对市场的了解程度

#### 第三章 产品魅力展示

- 第16招 产品展示前注意事项
- 第17招 产品展示中注意事项
- 第18招 试乘试驾中注意事项
- 第19招 产品展示结束时注意事项
- 第20招 如何评价竞争对手的车型
- 第21招 如何应对客户的低调反应

#### 第四章 消除客户异议

- 第22招 对车的质量不放心
- 第23招 品牌不是非常知名
- 第24招 我不太想购买国产品牌车
- 第25招 你们的车不错，但太贵了
- 第26招 我诚心想买，你打点折吧
- 第27招 我要先和家人商量商量

#### 第五章 电话跟进技巧

- 第28招 有效跟进策略
- 第29招 应对客户借口
- 第30招 增强客户满意
- 第31招 扩大销售战果

#### 第六章 完美签单技巧

- 第32招 利益促成法
- 第33招 对比促成法
- 第34招 诱导促成法
- 第35招 实例促成法
- 第36招 从众促成法
- 第37招 细节促成法
- 第38招 富兰克林法

#### 第七章 完美交车

<<汽车销售快速成交50招>>

第39招 再次提升客户的满意度

第40招 清晰服务事项与流程

.....

第八章 售后服务处理

第九章 化角投诉

## <<汽车销售快速成交50招>>

### 章节摘录

版权页：插图：1.从一开始就尽可能取得客户的信任归根结底，客户讨价还价的根源之一就是：商家给出的价格要远远高于产品的价值，他们觉得自己被骗了。

换言之，客户与销售员之间并未建立起足够的信任。

这种因为不够信任引起的讨价还价无异于一种危险的信号，更是一种资源的浪费，既浪费时间也浪费精力。

而在现代社会，时间就是财富。

为了避免让自己陷入与客户讨价还价的泥潭，销售员从一开始就要尽可能地取得客户的信任，消除他的顾虑和担忧，当客户信任你了，享受到你所提供的超值服务和产品，他就会乐意接受你的开价。

2.即使降价也曼吝嗒一点给折扣的意义在于加快销售进度，让客户马上做出购买决定，只要不能达到这个目的，销售员就要捂紧口袋。

换言之，在没有得到客户的购买承诺或客户下订之前，不要轻易让步。

事实证明，如果客户本身并不是很在意价格，只是出于讨价还价的本能乐趣，如果轻易地降价反而会让客户不悦。

即使你真的很想成交而且你所能给的折扣在公司允许的范围内，表面也不要露出急着答应的架势；即使产品的利润真的很高，也不要一步到位，一下子将底价抛出来，否则客户会更加不相信产品的品质，这样当客户再次讨价还价的时候，销售员将失去谈判的主动权，陷入退无可退的绝境中。

## <<汽车销售快速成交50招>>

### 后记

阅读本书不是为了无聊时的消遣，而是为了行之有效地提高自己的语言表达能力，最大限度地提升自己的销售业绩。

俗话说：“一手漂亮字，一口漂亮话。”

”在现代社会，口才的好坏决定一个人的事业成功与否、能力大小。

作为一名销售员，说得一口漂亮话、学得一手漂亮的销售技能更是为人之本、立身之命。

同样是销售，同样的目的，不同的语言表达所实现的目标截然不同。

不当的推销语言只是将听众更远地推开，而恰到好处的销售可以把不可能变成可能，再把可能变成切实的订单。

在这个过程中，良好的销售口才就是扭转乾坤获得回报的必经途径。

从预约客户到接待客户，从赢得客户的信任到最终成交，这是每一名销售人员必须功克的堡垒。

感谢中国经济出版社戴玉龙编辑，在本书的策划、审订、编写及出版过程中，他做了大量工作，付出了辛勤的劳动。

我还要感谢李丽、段洁，文字录入由她们代劳完成，本书所使用的资料，系统均由郑伟、刘伟收集、整理完成。

胡萍、何菲菲、贺庆平在讨论稿上花费了数小时，在书中增添了他们的宝贵经验，许晓莉小姐、许桂英女士和贺时茂先生仔细地审读了最后的手稿。

此外，我还要对以下各位人士表示感谢：王娇、张继兵、姚晶、李利红、孙夫才、胡维、鲍金、万佳、刘荣、陈谦，在写书期间给予我的支持并提出宝贵的意见，在此以表谢意。

本书是笔者从业十几年的经验和心得，若本书能对读者有任何点滴启发，或对读者的销售业绩的提升有任何抛砖引玉的微薄作用，那是笔者写作此书的最大理想和根本目的。

若书中某一段落或某一句话能让你产生共鸣，作者亦深感欣慰。

最后，祝读者朋友们业绩倍增，“钱途无量”！

## <<汽车销售快速成交50招>>

### 媒体关注与评论

终于看到华英雄的著作，可谓十年磨一剑，华英雄对任何事总是有一些独到的见解。相信每个读者都会从书中受益！

——李力刚（中国猎课网董事长、中国著名营销大师）英雄的书就有英雄的气概！

——李任飞（中国培训总联盟副主席，管仲纪念馆名誉馆长，2011杰出国学导师）作为中华讲师网的品牌讲师，作为中国名师学院的研发主任，这本书是华老师培训课堂体会的结晶。

——唐平（中华名师学院执行院长，中华讲师网CEO）华英雄的课程如此受欢迎，我相信他的书也会让更多的人受益。

——张伟（上海新长宁集团长宁现代教育培训中心执行校长）



## <<汽车销售快速成交50招>>

### 编辑推荐

《汽车销售快速成交50招》由中国经济出版社出版。

<<汽车销售快速成交50招>>

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>