

<<人情销售策略>>

图书基本信息

书名：<<人情销售策略>>

13位ISBN编号：9787513900423

10位ISBN编号：7513900426

出版时间：2011-1

出版时间：民主与建设

作者：臧龙松

页数：264

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>

<<人情销售策略>>

前言

销售只有在满足客户的需求时，交易才能达成。

而客户的需求就像一座冰山，这座“冰山”共有三层。

第一层，覆盖在“冰山”的上面是显性的利益，比如产品、价格、质量等，这是构成客户购买的表面原因。

但这只是“冰山的一角”。

第二层，冰山下面是隐藏的利益，包括关系、维护和交往等。

第三层，深藏在冰山最深处是本质利益，也是真正促使成交的因素，包括情感和信任。

从需求冰山理论，我们可以发现大部分销售人员只是满足了客户显性的利益，而忽视了潜在利益和深藏利益。

所以，我们也经常会遇到这种情况：当我们的产品、价格、质量和服务与别人差不多时，客户为什么不选择我们，却选择了别人呢？

其实，我们可以用冰山需求理论来解释交易失败的原因。

<<人情销售策略>>

内容概要

分享销售精英经验；凝练销售高手智慧；揭示隐而未现商机；人情销售——凸显傲人业绩！我们周围充满了无数的销售机会，只要把握得好，就可以让我们的销售量和影响力层层攀升。打开《人情销售策略：怎样和客户交朋友》，我们即将开始一次神奇的销售旅行，前去发掘隐而未现的资源和机会。

《人情销售策略：怎样和客户交朋友》涉及人情销售策略的方方面面，囊括精辟的销售攻心术、独到的销售谈判策略、独家的交易成功秘诀、扎实有效的销售技巧……教你发掘销售资源、打造销售黄金人脉、轻松化解各类销售危机。

<<人情销售策略>>

作者简介

臧龙松，国际营销管理顾问；中同食业培训专家；中国实战派营销专家；具有实战丰富经验的销售专家、心态教练、优秀讲师；全球华人销售类10强讲师之一。

现任赢动力国际教育集团总裁；担任众多家企业的营销总监；畅销书籍《冠军销售》、《执行没有任何借口》的作者。

臧龙松老师携同他的赢动力精英网队，在国内营销策划案中，百战百胜，创造着中周营销策划培训的一个又一个神话，使臧龙松老师成为渠道营销策划第一人。

臧龙松老师把渠道终端卖场营销策划作为重点，成功的策划了众多企、业的营销，受到了业界的高度评价。

<<人情销售策略>>

书籍目录

目标篇第1节 与客户交朋友，业绩无忧 / 2第2节 成功销售法则=98%人性+2%产品知识 / 6第3节 人脉，创造销售机遇 / 12第4节 立足长远，不要把金钱看得太重 / 17第5节 做销售，把握客户性格特点 / 22第6节 投其所好，掳获客户的心 / 27第7节 如何与客户“打”成一片， / 32第8节 与客户共享利益，打造共赢模式 / 39机遇篇第9节 留心结交商场朋友 / 46第10节 多交朋友，积累人脉 / 50第11节 先交朋友，再做销售 / 54第12节 讲交情，要看场合行事 / 59第13节 商场交际，手腕需多变 / 62第14节 情感投资，维系客户忠诚度 / 66机遇篇第15节 销售，就是与客户“谈恋爱” / 71第16节 做销售，先要学会“调情” / 75第17节 电话销售，让客户自动上门 / 82第18节 寻找陌生客户，从市场扫街开始 / 88技能篇第19节 有效拜访客户，巧妙“卖乖” / 98第20节 嘴上功夫，说客户爱听的话 / 104第21节 腿脚勤快，做事做到客户心坎里 / 111第22节 销售阶段不同，报价各异 / 118第23节 讨价还价，把控客户心理 / 124第24节 做销售，让客户高兴 / 133第25节 让客户感到增值 / 140第26节 老客户带动新客户，引发热销 / 146第27节 储存客户的信任，赢得订单 / 151第28节 正确评估客户价值 / 156绩效篇第29节 抓住大客户，“关键人”着重发力 / 164第30节 不抽烟喝酒打牌，照样稳拿订单 / 169第31节 销售，要学会抓住客户的心 / 173第32节 主动出击，抓住奔跑的“兔子” / 180第33节 另类销售，不是教你学坏 / 188第34节 多面销售，唱好红脸白脸 / 196第35节 人性销售：把冰箱卖到北极去 / 202危机篇第36节 如何处理客户的不满情绪 / 210第37节 被客户拒绝，不要信以为真 / 215第38节 面对最难缠客户，避免不欢而散 / 221第39节 客户关系恶化，因事施策 / 226第40节 客户欠款，如何追款不闹僵 / 232第41节 客户投诉不玩“躲猫猫”，及时灭火 / 239第42节 与客户闹僵了，如何收场 / 248第43节 客户无理要求，灵活应对 / 258

<<人情销售策略>>

章节摘录

成功的销售是2%的专业知识加上98%的人性了解，而2%的专业知识是建立在100%的完全了解上。因此成功的销售人员应该是人际关系专家，就像会游泳要通“水性”，打鱼要通“鱼性”，养鸟要通“鸟性”一样，与人打交道的销售人员更应该要熟悉“人性”，纵观古今中外，凡是能驾轻就熟地处理好人际关系，懂得说服别人的人，无不透彻地了解“人”。

世界上的人千差万别，性格、爱好、观点、行为、背景等各不相同，了解人绝不是件简单的事情，“世事洞明皆学问，人情练达即文章”。

推己及人，“己所不欲，勿施于人”，人有许多共同性。

当有些问题不得其解时，想一想自己处在对方的地位，立场上是如何想的、如何做的，往往会豁然开朗。

乔·甘道夫说：“我仍然坚持认为不是商品知识，而是对人的了解才能造就一个有效率、成功的销售人员，成千上万的教授们有各种各样的专业知识，但是如果他们要靠销售为生的话一定会饿死。”

1.用热情去感染每一位客户热情是销售成功需要的最基本情感，没有热情就没有销售。

一个销售人员如果缺乏热情、面无表情，谁愿接近他？

谁愿意购买他的产品或接受他的服务？

热情会使人感到亲切和自然，能够缩短与客户之间的距离，能赢得客户的好感和认可。

而销售其实是一种对于热情的传递。

销售人员要销售产品，更要销售自己的热情，要把自己对产品的热情传递给客户，让这种情感占据客户的大脑和心灵，如果能做到这一点，产品自然就能销售出去了。

<<人情销售策略>>

编辑推荐

《人情销售策略:怎样和客户交朋友》：天道酬勤，拒绝失败的借口；人情练达，销售者事半功倍。

<<人情销售策略>>

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>