第一图书网, tushu007.com

<<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

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。

第一图书网, tushu007.com

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——凸湿傲人业绩！
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。

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l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

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。

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。

第一图书网, tushu007.com

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