

<<让业绩倍增的销售礼仪>>

图书基本信息

书名：<<让业绩倍增的销售礼仪>>

13位ISBN编号：9787515801483

10位ISBN编号：7515801484

出版时间：2012-4

出版时间：中华工商联合出版社

作者：白雯婷

页数：238

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>

<<让业绩倍增的销售礼仪>>

前言

如今，在竞争日益激烈的销售行业，销售人员孜孜以求的目的始终只有一个，那就是要赢得客户，获得更多的业绩。

而想。

要赢得更多的客户，具备一定的销售礼仪是非常必要的。

礼仪不仅可以展现一个人的教养、风度和魅力，还能体现出一个人对社会的认知水准、个人学识、修养和价值。

“不学礼，无以立”已成为当今许多人的共识。

礼仪还是提高个人素质和单位形象的必备条件；是人立身处世的根本、人际关系的润滑剂，企业竞争的附加值。

比尔·盖茨说过：在市场竞争条件下，企业竞争首先是员工素质竞争。

就产品销售来说，企业的竞争也就是销售人员素质的竞争。

销售人员在工作中接触最多的是商务场合。

在与客户交往过程中，礼节、礼貌都是赢得客户，使商务活动继续下去的有效条件之一。

良好的礼仪能够有效地减少人与人之间的摩擦，最大限度地避免人际冲突，使人际交往成为一件非常愉快的事情。

所谓销售技巧，无非通过一些细节，来达到成功销售的目的。

从某种角度说，销售技巧就是如何更好地和客户打交道。

而销售礼仪的学习，是重中之重。

礼仪可以塑造销售人员完美的个人形象，给客户留下最好的第一印象，让销售人员在销售开始之前就赢得客户好感。

礼仪同时贯穿在销售的每一个环节，它可以帮销售人员从细节上区分客户的心理，使销售人员和客户打交道时更加得心应手。

礼仪更能让销售人员赢得客户的好感、信任和尊重。

俄国思想家赫尔岑认为：“生活中最重要的是礼貌，它比最高的智慧，比一切学识都重要。”

法国作家梅里美表示：“礼貌经常可以替代最高贵的感情。”

西班牙小说家松苏内吉干脆把礼仪形容成“是人类共处的金钥匙”。

可见，礼仪对人际交往来讲是多么重要，对销售工作意义也非同寻常。

销售人员通过礼仪修养，可以赢得更多客户的信任，提升自己在客户心中的地位，增强其交往的亲切感，从而实现销售目的。

相信阅读此书后，我们的个人魅力一定会有所提升。

我们的事业也会迈上一个崭新的台阶。

<<让业绩倍增的销售礼仪>>

内容概要

本书结合销售活动的具体环节，帮助广大销售人员完善自身外在形貌，提升内在修养，是一本销售人员实用的礼仪指南书籍。

<<让业绩倍增的销售礼仪>>

书籍目录

第一章 形象：销售事业的“敲门砖”

开展销售工作前，先打造良好的个人形象

“佛要金装”、人要衣装

外表是打动客户的直接的方式之一

好形象为你加分

不良形象，让销售举步维艰

衣着不得体，失败成必然

昂贵的服饰并不代表好的形象

好印象来自最初的几秒钟

风度决定业绩的高度

如何提升自己魅力指数

第二章 仪容仪表：做“销售”达人

成功的销售从“头”开始

妆不出好气色，哪有客户来

女性喷洒香水，点到为止

别让局部细节破坏我们的形象

销售人员配戴饰品有讲究

男士形象的“增值器”。

高雅的服饰让客户眼前一亮

做西装“达人”当销售精英

领带，彰显男性的风采

女性销售人员忌穿过紧的服装

休闲装要穿的恰到好处

第三章 行为举止：彰显销售素养

今天，你对客户微笑了吗

睁开会说话的眼睛

优雅的举止体现的是内涵

手势是无声的语言

颤抖的腿惹人厌

正确的走姿为你增色

第四章 接待礼仪：小细节换来人满意

守时是最大的礼貌

别一不小心，拉开了左车门

“强抱”不能“求亲”

掌握正确的握手方式和伸手次序

“死鱼”般的手，没人愿意握

肮脏的手难抓住大单

准确记住对方的名字

切忌死缠烂打

不忽略任何一个顾客

第五章 拜访礼仪：得体而不失身份

拜访前多了解客户的信息

给客户准备合适的礼物

主动约定最恰当的拜访时间

<<让业绩倍增的销售礼仪>>

事先选好会面地点

不做不速之客

巧妙引导客户说话

第六章 会面礼仪：拉近我们与客户的距离

会面，掌握寒暄的艺术

无事常登“三宝殿”

得体的介绍，让客户记住我们

递送名片有讲究

别顺手将客户的名片塞进裤兜

掌握“陈述”的技巧

身送七步，送客一定要做到与迎接一样

第七章 交谈礼仪：让沟通更加有效

优雅的谈吐从“打招呼”开始

驾驭语调语气，让声音更有磁性

公共场合不要给他人带来听觉污染

谁都不想听到“指导式”的声音

谈吐幽默机智，让矛盾和尴尬化于无形

委婉地说出我们的“拒绝”

第八章 宴请礼仪：饭桌上拿下订单

第九章 电话沟通礼仪：看不见的销售魅力

第十章 服务礼仪：一切以客户为中心

<<让业绩倍增的销售礼仪>>

章节摘录

版权页：开展销售工作前，先打造良好的个人形象 英国一位华裔投资商来北京和一位电脑才子会谈投资，事后他说：“我怎么也不能相信眼前这个穿着旅游鞋、牛仔裤，头发如同干草，说话结结巴巴的人会向我要五百万美元的投资，他的形象和个人素养都不能让我信服他是一个懂得如何处理商务的领导人。

”人们总喜欢把优秀的服装与优秀的人、丰厚的收入、高贵的社会身份、一定的权威、高雅的文化品位等联系在一起。

有一家保险公司的外勤员向公司报告：穿着不甚讲究的人拉保险时，与穿戴整齐的业务员，在成绩上相差甚多。

调查发现，人们对穿着整齐的人，总是较有信赖感的。

所以，我们不要嘲笑“先敬罗衣后敬人”这种社会习俗。

当然，我们还需要明白一点，强调衣着的重要性，并不是要我们像有些人那样，一年仅做衣服就花上千上万元，扎一个领结也要花上几个小时。

日本管理学家齐藤竹之助认为，人与人初次交往，90%的印象来自服装。

英国前首相丘吉尔也认为，服装是最好的名片。

在社会交往日益频繁的今天，人们越来越重视自己的着装，力求在某些特殊的场合因得体的服装而获得某种交际好感。

因此，想让自己的事业更加成功，想让自己的业绩越来越好，打造良好的形象是关键的一步。

销售礼仪箴言 销售人员在销售产品的同时也是在销售自己，塑造自身良好的礼仪形象，可以在客户在接受产品或者服务时心情愉快。

“佛要金装”、人要衣装 俗话说，“佛要金装”，人要衣装，作为销售人员，身边的每一个人都可能是我们的潜在客户，因此无论在工作还是在私人场合，无论是面对老客户还是陌生人，都要保持清洁、高格调的着装，先从视觉上吸引客户或潜在客户的注意力。

反之，糟糕的服饰不仅会引起客户对销售人员的排斥，也会对公司和产品造成不良影响。

日本销售界流行这样一句话：若要成为第一流的销售人员，就应先从仪表修饰做起。

这和“佛要金装”、人要衣装有异曲同工之妙。

所以，如果决定投入销售行业，就要对仪表服饰加以重视，这样才能在第一时间内抓住客户的注意力。

马大刚是一家食品加工厂的老板，后来涉足广告界，可是每次与客户交流完都没有下文。为此，他相当苦恼。

一次，马大刚盛装参加一个广告年会。

只见他身着昂贵的套装，并且戴着夸张的钻戒，闪闪发光的车钥匙别在腰间。

更夸张的是，他的套装是素灰色带亮灰斑点纹，但他的领带却是绿白相间涡旋花纹的，他还夸张地用了一条丝绸的方巾配搭领带。

并且把方巾叠成尖状，从口袋里露出来一大块。

现场不时有人窃窃私语，指指点点。

他顿时感觉自己像个小丑一样，十分难堪。

这时，在场的一位形象设计师实在看不过去，走过去与他交谈，还邀请他宴会过后到自己的工作室坐坐。

后来，他终于明白自己在着装品位上的失误，客户不信任他的品位当然不敢把广告交给他做。

他请那位形象设计师帮他重新设计个人形象，让他在以后的诸多宴会中，都能以成功的职业形象出现在众人面前。

自此，他的广告公司才告别了门可罗雀的局面。

从上述案例中，我们不难看出：作为一名销售人员，如果个人仪表过不了关，那么客户会对我们及我们所销售的产品和服务失去兴趣，甚至会产生诸如“买他的产品我能放心吗”这样的想法，因此，销售人员都应该十分注意自己的仪表，给客户留下最好的印象。

<<让业绩倍增的销售礼仪>>

很多人说，如果你想挣百万美元的工资，就必须在外表上给人以百万美元的感觉。这并不是夸张的说法，事实上你值多少“钱”，很大程度上从你的仪表就能看出来。因此，我们要给客户留下良好的印象，就要完全重视自己的仪表。具体做法，可参考以下几点：第一，整洁是良好仪表形象的基础。在公众场合，人们总会有这样一种心理，比较乐于去接近衣着整洁的人。这种行为，在销售工作中也是普遍的，任何人在任何情况下都不愿意同衣着邋遢的人坐在一起。

<<让业绩倍增的销售礼仪>>

媒体关注与评论

“礼仪是成功推销的保证。

” ——原一平

“外表富有魅力，可以让你处处受欢迎。

而不修边幅的销售人员在一开始就失去了机会。

” ——法兰克·贝格

“在人与人的交往中，礼仪越周到越保险，运气也越好。

” ——托·卡莱尔

<<让业绩倍增的销售礼仪>>

编辑推荐

《让业绩倍增的销售礼仪》编辑推荐：销售人员通过礼仪修养，可以赢得更多客户的信任，提升自己在客户心中的地位，增强其交往的亲切感，从而实现销售目的。

<<让业绩倍增的销售礼仪>>

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>