

<<这么问客户无法拒绝你>>

图书基本信息

## <<这么问客户无法拒绝你>>

### 内容概要

《这么问，客户无法拒绝你》中的诸多教诲，让你将停滞不前的关系推进到更高的层面——并且戏剧性地增加销售业绩。

销售专家查尔斯·D.布华南帮助你：从与客户的交往中获得着郑重的承诺；从与客户的交谈中发现新的更具价值的信息；将抵触情绪最小化并中立地回答客户带有抵触性的问题；自始至终有完美的销售任务路线图。

## <<这么问客户无法拒绝你>>

### 作者简介

作者：（美国）查尔斯·D.布伦南 译者：张荣 蒲琳 查尔斯·D.布伦南，布伦南销售研究所总裁。  
该研究所是位于费城的一家咨询公司。  
25年来，该公司一直提供高级销售培训项目。  
布伦南也是畅销书《提出能够做成生意的销售问题》（1994）和《主动提供客户服务》（1997）的作者。

## <<这么问客户无法拒绝你>>

### 书籍目录

引言 第1章 为何商业关系到一定程度会停滞不前？

客户的观点 面对事实 市场分解 你该如何度过一天的时光呢？

你的计划是什么？

行动计划 熟悉程度如何影响客户的兴趣水平？

第2章 图式：对你是否照样适用？

作出决策 客户如何思考 我们如何决策 销售经验 客户的视角 将关系向前推进 找岔子 小结 第3章 是什么在阻止你获取更多的商业利益？

我们学到的销售方法 追求卓越 专业销售 开始起步 第4章 如何解读新信息 批判性思考 开放式调查和封闭式调查问题 开放式问题能否让你与众不同？

提出恰当的问题 如何提出更好的问题？

销售的“明灯”依然亮着 保持新鲜 对话式问题 对于客户来说，现状可能不错 你的职责描述 第5章 通过问题了解更多情况 为什么我们需要提出更好的问题？

设计恰当的问题 创建对话 构思对话式问题 对话过程 做比较——提出更好问题的关键 比较的类型 展开讨论 短暂拜访 时机 放宽时间限制 第6章 像你的客户一样思考 多层次探究性问题 提供信息与吸引兴趣 按客户的情况对多层次探究性问题作出调整 第7章 如何聆听他人注意不到的东西？

进行谈话交流 将计划付诸行动 将焦点置于客户身上 开始谈话 个人使用方法推荐 第8章 创建自己的谈话模式了吗？

模式来源 把握商务会谈节奏 由谁来主导谈话过程？

销售之道——掩饰真意 这样的情况你是否也遇到过？

客户反应分类 做到更高效 可能发生在你身上的事 第9章 创建谈成业务的“路线图”——获得客户承诺的GPS 公路之旅 销售就像计划一次度假旅行 创建一个路线图，客户就会纷至沓来 上路旅行 如何创建路线图 不要急于求成 你了解具体步骤吗？

和客户有多少接触才能达到最终目的？

对你的客户进行分类 和每个类别的客户做成生意 第10章 权衡考虑 两个要求的组合 了解你提出的要求 指导原则 做出如何结束会谈的计划 第11章 如何应对客户的拖延举动 当消费者表露兴趣的时候 消费者的评论 等待以后的答复 转败为胜 最出乎意料的答案 引客户上钩 区分优先次序 现场应对客户让你“以后答复”的举措 第12章 相互认识并不等于能做成生意 你不过是卖家而已 只谈业务 熟悉的关系并不能带来更多的业务 从中立的视角应对问题 保护（友好）关系 贵在执行 确保你的客户永远好学 概括 不要想当然地对待客户 最后的一些思考

## <<这么问客户无法拒绝你>>

### 章节摘录

版权页：插图：作出决策 让我们回想一下你在生活中可能遇到过的一些选择。此类选择涉及范围宽泛，从比较严肃的事情（比如我该不该在大学期间换一个专业，是否应该搬迁，是否该跳槽，或者该不该结婚等）到一些不怎么重大的事情（比如我该支持哪个足球队等）。很明显，上述提到的所有决策中，除了最后一件，其他的都会对你的生活产生重大影响。但是，作出决定之后，我们多久才会回顾一次，想一想为何当时作出决策是那么难？很大可能是，当时的视野和作出的决定并不明晰，其中有有待解决的问题、不确定因素和各种疑惑。这些因素的掺杂使得决策过程一推再推，甚至取消。大多数情况下，人们没有现成的习惯或惯例来帮你作出决策。你所面临的决策情形是全新的，没有任何前车之鉴可供参考。这个道理同样适用于消费者购买产品或者服务的情形。你的客户可能有同样的顾虑，尤其当他们之前并没有购买过你的产品时更是如此。让我们回顾一下上面所提到的几件事情。先不考虑结婚的问题，对于其他几件事，如搬家、换工作、选择大学或专业，以及通过正确的跑卫和得分后卫选择自己心仪的球队，现在回想起来，你会毫不犹豫地判断出当时的选择是对还是错。但对当时而言，却是极为困难的抉择。这是为什么呢？因为没有可供参考的习惯和知识，或者用专业术语来讲就是没有“图式”可供参考。在很大程度上，一旦作出决定并付诸实施以后，就很容易判断出该决定是对还是错。这时，便有了可供下次决策参考的模式或程序。对于销售而言，关键是让客户感到舒服，打破其固有的图式，向其介绍不同于以往的产品或服务。如果客户是第一次购买你的产品，你应该帮他/她精心打造对你的产品的图式；如果你面对的是竞争对手的频繁型客户或普通型客户，那么你就需要打破其原有的图式。客户如何思考 在作决策的时候，我们都会通过自传式的回忆来寻求参照。我们会回顾过去，希望过去的经历会告诉我们即将作出的（关于未来的）决策是否正确。我们会问，基于当前的知识，我作出的决策会不会准确？会不会反映我的水准、工作能力及所从事项目的水平？客户害怕作出错误决策，使其遭遇挫折，或对其当前的现状产生负面影响。记住客户这方面的信息，可以洞察其购物经历，了解他们如何作出决策。如果客户经常购买你的产品或服务，就更能体现出这一点了。它可以帮你详细地回忆起这位客户的购物和决策的经历。在这种情况下，我们可以使用“神经联系”这一术语。

## <<这么问客户无法拒绝你>>

### 编辑推荐

《这么问,客户无法拒绝你》是畅销书《提出能够做成生意的销售问题》和好评如潮的《主动提供客户服务》作者的最新力作。

<<这么问客户无法拒绝你>>

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>