

<<电话赢得客户的68个关键细节>>

图书基本信息

书名：<<电话赢得客户的68个关键细节>>

13位ISBN编号：9787530433409

10位ISBN编号：7530433407

出版时间：2006年5月1日

出版时间：第1版 (2006年5月1日)

作者：黄智鹏

页数：176

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>

<<电话赢得客户的68个关键细节>>

内容概要

《电话赢得客户的68个关键细节》提供了电话赢得客户时所需要关注的每一个细节。它摒弃了单纯枯燥的理论阐释，针对电话赢得客户的关键细节，结合具体生动的故事和案例加以解释说明，让您清晰明确的了解和掌握电话赢得客户的种种技巧和方法。无论是对市场销售人员还是日常的人际交往，《电话赢得客户的68个关键细节》都是最好的指引和帮助。

<<电话赢得客户的68个关键细节>>

书籍目录

开门见山，抓住客户开场白30秒钟决定成败细节1 吸引注意力细节2 强化声音感染力细节3 清楚表明打电话的原因赞美架起沟通桥梁细节4 赞美是最动听的语言细节5 诚心赞美客户吸引客户的注意力细节6 指出客户能获得哪些重大利益细节7 寻找共同话题细节8 告诉客户一些有用信息细节9 以问题对问题吸引客户的注意力细节10 独特的产品介绍激发客户的好奇心细节11 刺激性问题细节12 显露价值的冰山一角引入正题，深入沟通与客户互动起来细节13 从客户需要出发，让客户参与进来细节14 谈论客户感兴趣的话题引导客户说需求细节15 启发式细节16 问题式细节17 营造对话的氛围有效地倾听细节18 在询问过程中倾听细节19 准确把握客户需求细节20 积极倾听中的注意事项51如何作出倾听反应细节21 肯定对方的谈话价值细节22 清楚地听出对方的谈话重点细节23 永远不要打断客户的谈话细节24 询问产品的细节发现信号细节25 询问价格判断信号细节26 询问售后服务分析信号61号准客户的脉搏细节27 客户的买点细节28 不同客户有不同的买点和需求细节29 同一商品具有不同卖点寻找双方利益的结合点细节30 给顾客一个购买的理由细节31 将客户需求转化为产品的特殊利益把客户需求转化为卖点细节32 从产品本身的优势出发细节33 卖点的“对比化”细节34 增加产品的文化内涵关注客户的利益细节35 从客户的立场出发细节36 分析客户购买产品的原因主动出击，达成协议介绍产品特性细节37 三段论法细节38 突出客户利益让客户感到受益细节39 产品特性细节40 优质服务激发客户的购买欲细节41 谈论客户感兴趣的话题细节42 挖掘客户的需求细节43 运用第三者的影响力细节44 攻破客户的心理防线消除客户疑虑细节45 正确认识客户疑虑细节46 认真分析疑虑类型细节47 认真倾听，积极询问细节48 “借力法”细节49 利用老客户宣传细节50 巧用同行专家嘴确立信赖关系细节51 对产品的信任细节52 对销售人员的信任细节53 服务的信任认同客户感受细节54 站在客户立场上思考问题细节55 学会聆听细节56 认同不等于赞同细节57 采取积极的态度有效处理客户异议细节58 异议类型细节59 异议产生的原因细节60 如何处理异议细节61 处理异议的常用技巧把握成交时机细节62 识别客户购买信号细节63 克服障碍促成交易的方法细节64 直接成交法细节65 小点成交法细节66 保证成交法细节67 激将成交法主动提出交易细节68 主动提出交易的技巧

<<电话赢得客户的68个关键细节>>

章节摘录

俗话说：“良好的开始是成功的一半。

”在电话拜访中良好的开始就体现在开场白中。

精彩的开场白不仅会给客户留下深刻的印象，而且还能为进一步的拜访工作打下良好的基础，从而使拜访的成功率大大提高。

开场白或者问候是电话销售人员与客户通话时在前30秒钟要说的话，也就是要说的第一句话。

这可以说是客户对电话销售人员的第一印象。

虽然我们经常说不要以第一印象来评判一个人，但我们的客户却经常用第一印象来对电话销售人员进行评价。

如果说对于大型的销售项目，第一印象相对而言并不太重要的话，那么在电话销售中，第一印象是决定这个电话能否进行下去的一个关键因素。

一般来说，电话拜访的开场白包含三个步骤：营销人员要郑重其事地介绍自己和所在的公司，给对方留下较深的好印象；营销人员要采用一种激发客户兴趣或好奇的方式，直接告诉客户通过购买产品可以得到多少有用的实际益处，让客户意识到可以获得很多的实际帮助；为了给客户提供尽可能多的实际益处，营销人员需要认真地询问客户的需求。

总之，销售人员要让客户感到自己不仅受到重视，而且会从客户的角度思考问题。

下面我们来看一个案例：布莱特公司销售中心，办公区中的业务员小李正在打电话。

小李：您好，是张经理吗？

张经理：我就是。

小李：太好了，真高兴能与您本人通话。

张经理：您是哪一位？

小李：我是李娜，布莱特公司营销中心的销售主管。

我们布莱特公司是专业提供管理培训资源的教育企业。

张经理：（不太友好地）你找我有何事吗？

小李：总经理办的人对我说，您是负责员工培训的领导，那么您一定关心培训的事。

我打电话给您，就是想谈谈如何更容易地进行培训。

可以占用您一点儿宝贵时间吗？

张经理：（转变态度，稍友好地）上期的培训刚刚结束，目前生产比较紧，一时还抽不出时间进行培训。

所以短期内不会再组织培训了。

小李：贵公司重视培训，这太好了。

看来贵公司在这方面做了不少工作。

我了解了一种新的培训形式。

张经理：哦？

小李：这种新的培训形式既不影响工作，又能让员工通过培训，使工作能力获得提高，成本非常低。

它一定对您的工作大有帮助。

张经理：（有兴趣地）好吧！

小李和张经理的这番对话，把开场白所应该包括的要素清楚明白地表达给了客户，介绍了自己的身份和工作，并站在客户的立场上，从客户的实际利益出发，以一种激发客户好奇心的提问方式自然地介绍了公司的产品和服务，直截了当地告诉顾客采用这种新的方式可以从中获取什么样的实际利益。

因此她的开场白是精彩而有价值的。

……

<<电话赢得客户的68个关键细节>>

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>