

<<黏住你的客户>>

图书基本信息

书名：<<黏住你的客户>>

13位ISBN编号：9787560983479

10位ISBN编号：7560983472

出版时间：2013-3

出版时间：华中科技大学出版社

作者：俞慧霞

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>

<<黏住你的客户>>

前言

前言现代营销中，最大的难点不是没有市场，而是找不准客户，黏不住客户。放眼望去，能够与你合作，可以购买你产品的人貌似很多，但真正走到近前，却发现哪个也不合适，哪个也抓不牢。

这其中的原因不在于市场的复杂，而在于你缺乏黏住客户的手段。

市场营销不同于买卖股票，你有产品，却不一定有人看得上，而且你面对的客户也不仅仅是一个又一个数字，或者一个又一个名字。

你的客户中有公司、团队、政府机构和个人。

而这些客户各有各的“性格”，各有各的特点。

可以毫不夸张地说，想要他们轻易地认可你的产品，与你签订协议，那简直是异想天开。

所以，要想培养自己的客户群，让你的手中有一批忠诚的客户，你就要学会挑选客户，吸引客户，黏牢客户。

这是一个针对个性目标的独特联系，是一个满足客户独特要求的特殊供给过程。

“哇哦！”

这套运动服可是限量版，您居然也有一套！

真是太巧了。

”原一平在一家健身俱乐部惊讶地对一位名企老板说。

“的确！”

我很喜欢这个款式。

”对方很明显也发现了这个巧合。

“您是第一次来这家俱乐部吗？”

以前没见过您。

不过您真有眼光，据说这家俱乐部是东京最好的。

”原一平继续说。

“我也没见过您。”

不过我可是这儿的老会员了，这家的确很好。

”老板说。

“既然今天这么有缘遇到了一起，要不咱们就打一局保龄球吧？”

”原一平热情地建议。

“哦？”

您也是保龄球爱好者吗？”

真是太好了！”

”老板的热情越来越高。

两人在玩球的过程中，关系更近了一步。

“很高兴认识您，还打了这么痛快的一局球。

我要去工作了，真不知道以后还有没有机会再与您打球！”

”原一平略带遗憾地告别。

“这么晚了您还要工作？”

真是一个上进的人。

您做什么工作？”

”老板意犹未尽。

“我是一名保险推销员。

我还没有完成这个月的任务量，所以恐怕我要抓紧时间了！”

”原一平略有些失落。

“哦，原来是这样。”

咱们很有缘，我就买你一份保险好了，不过，咱们要再较量一局！”

<<黏住你的客户>>

”老板哈哈大笑。

原一平欣然同意。

很快，他们就成了好朋友。

此后，经过多次接触，老板又为自己公司员工买下了高额的保险。

这个推销过程看上去很简单。

可是就在这个看似简单、充满巧合的推销中，有谁知道原一平事先做了多少功课？

他弄清了目标客户的爱好、性格、衣着习惯，甚至为此苦练了两个月的保龄球。

这一切的一切，都是为了短短的一次“初次见面”。

初次见面就要黏住客户，就要让他对自己产生强烈的好感和正面印象，就要让他出手挽留自己，就要让他产生合作的愿望，这就是原一平黏住客户诸多技巧的综合运用。

也许现在你开始觉得推销不简单了，但事实上，原一平的境界，只要你能够认真学习研究，掌握一些必要的技巧，也同样能够达到。

对每一位客户都具体分析，认真对待。

吸引他们的眼球，紧抓他们的双手，套牢他们的双脚，让客户甩不掉、挣不脱、离不开！

你也会在不知不觉中成为“销售之神”。

你想拥有这些技巧吗？

本书就是我们向你献上的一份厚礼。

在本书中，我们通过对寻找客户、抓牢客户、保护客户资源、防止客户叛离等一系列销售环节的分析，提出了可供您参考的技巧。

相信通过学习这些技巧，你会拥有一身黏牢客户的本领。

可以说，它是你走向成功的最佳教材。

<<黏住你的客户>>

内容概要

《黏住你的客户》内容简介：销售，一定要将客户牢牢盯紧、紧紧黏住，使他们成为你的“铁杆粉丝”。

论客户是谁，都要努力吸引他们的眼球、紧抓他们的双手、套牢他们的双脚，让客户甩不掉、挣不脱，黏住他们的心，也就黏住了签单的手！

<<黏住你的客户>>

书籍目录

第一章 全力“盯紧”，找准目标客户 目标定位：谁有可能购买你的产品 迅速搜集目标客户的信息 科学调查：帮你锁定目标 准确分析目标客户的特征 及时掌握目标客户的动态 盯紧目标，决不放松 第二章 和客户“对上眼”，将客户眼球吸引过来 准确把握客户的实际需求 知道客户最重视的是什么 根据目标客户的需求制订宣传计划 巧妙运用广告策略 把自己最“美”的一面呈现在客户面前 剑走偏锋：不妨来点“歪点子” 真诚是永不过时的“吸心大法” 吸引客户眼球：妙招全攻略 第三章 紧握双手，别让客户轻易“溜走” 你是否抓住客户的“手”了 多渠道“搭桥”，抓住关键客户不放手 成为公司形象与品质的“代言人” 全方位培养自己在客户面前的亲切感 开口之前了解客户想听什么 设法让客户说出心里话 要确保客户能够理解你的想法 第四章 稳扎稳打，将客户用力“套牢” 出门诊：找出客户的问题 开药方：提出解决方案 勤消毒：做好关键客户的外围工作 定心丸：向客户作出稳定“军心”的承诺 织密网：让自己的销售网络懈可击 创可贴：有目标有计划地推荐产品 展优势：介绍产品要着眼于客户需要 巧定音：及时把握成交机会 设门槛：适度提高客户的转出成本 第五章 严防死守，小心竞争对手“撬行” 认清现状：竞争对手遍地开花 找准对手：勿让自己一拳打空 合理竞争：不随便挖对手墙脚 着眼客户：让你的优势被客户看重 攻守同盟：尽可能与客户签署“战略合作”协议 学为我用：借鉴竞争对手的优点与长处 曲线救市：根据市场专攻对手的缺点与不足 第六章 打好感情牌，要让客户离不开 感情真，黏得深 用情到位，企业客户也“痴狂” 在客户需要时给予支持 给客户“甜头”，增加亏欠心理 养成为客户付出的习惯 让不满意的客户变得满意 在沟通中注入更多人情味 巧用表达拉关系 换位思考，表达善意 对客户好一点，再好一点 第七章 层层把关，谨防客户“叛离” 始终如一的人性化关怀 遵守平等互惠的原则 提供“更超值”的服务 让客户放心 让客户成为你的追随者 与客户一起进步 了解大客户“叛离”的真实原因 后记

<<黏住你的客户>>

章节摘录

版权页：发现问题就要解决问题。

销售中我们000字辛万苦地分析客户的心理，查找客户的问题就是要切实打开客户的心结，解除客户的麻烦，让他们能够安心坐下来与我们签订合同。

查找到了客户的问题，销售人员该如何解决呢？

是给客户提个醒，督促他们自己排除难题，还是我们主动出手帮他们做好一切？

这两种方法从效果上比较，疑后者效果更好，但实施起来困难也更大。

对于广大销售人员来说，最普遍、效果最明显的做法是：向客户提出解决问题的建议和方案，引导他们解决难题。

我们把这种销售方法称为“开药方”。

面对客户突如其来的问题，一名销售人员是否合格的重要标准就是，能否镇定而全面地给出建议和答复。

惊慌失措，支支吾吾只会让客户失望地离去。

有准备就意味着有希望。

不要把自己的希望寄托在灵机一动上面，有计划的准备永远是我们顺利拿到订单的保证。

销售人员态度恶劣也是一个重要缺陷。

有些销售人员认为，客户有这样那样的问题就是在推脱，是没有诚意的表现，所以，他们在对待客户的态度上就发生了明显的变化——这种由好转坏的变化很容易让人觉察出来。

这时候，哪怕客户有心交易，他们也会舍你而去。

所以，请你一定要保持良好的接待态度。

哪怕对方就是故意来找茬，我们也要以礼相待。

这是一名优秀销售人员所应具备的最基本素质。

永远不要和客户发生争执“您印象里的那种产品早就没了，现在人们用的都是这个！”

一名销售员对一位中年客户说。

“那我怎么记得前几天还见有人买了新的？”

客户很疑惑。

“绝对不可能。”

你听我说……”看看这段推销对话，是不是觉得这位销售人员简直就是在与客户吵架？

销售人员向客户提供建议和解决方案，不是说要强迫他们接受你的观点。

如果为了让客户接受你而与他争吵，那么你的这种努力还不如不做的好。

因为争吵会增加分歧，破坏友好气氛。

没有人愿意和喜欢与自己争吵的人打交道，哪怕他知道对方这样做是为了他好。

作出承诺就要履行。

几年前，在美国IBM公司的直销网站上，因为操作员失误而出现了标价1美元的康宝刻录机，而那时康宝刻录机的实际价格在200美元左右。

短短40分钟内，IBM就接到了数量庞大的订单。

但是为了实现自己之前向消费者作出的承诺，保住自己的信誉，IBM还是以损失上百万美元的代价兑现了这些订单。

在现在这个信息高速传播的时代，商家只要有一次不能兑现承诺，那么以后的承诺就会再也没有人相信。

所以，履行承诺很重要！

想在客户前面，你才会有主动权 想让客户的外围问题消失于形，最好的办法就是想在客户的前面，让客户所发现的每一个问题，都能够被你抢先解决。

<<黏住你的客户>>

后记

德国哲学家莱布尼茨曾说过，“世界上没有两片完全相同的树叶。

”其实不仅是树叶，世界上也没有两个完全相同的客户。

人的经历、环境及所接受的教育等因素的不同，导致个性相异，从而影响客户的真实需求也是千变万化。

面对这些不同的客户，销售人员怎么做才更有效呢！

本书的观点是，一定要将客户牢牢盯紧、紧紧黏住，成为你真正的“铁杆粉丝”。

把每一种形式的客户都当成具体的个人来看待，吸引他们的眼球、紧抓他们的双手、套牢他们的双脚，让客户甩不掉、挣不脱、离不开！

因此在销售工作中就需要我们赋予各种形式的客户以人格化的特征，强调“营销就是与人打交道”的概念。

同时针对人格化的客户特征，重点将有着不同个性与特点的客户牢牢黏住，即如何将潜在客户吸引到自己的阵营，又如何将与自己打过交道的客户变成自己的忠实追随者。

总之，销售就是一场攻心战，只有读懂客户的想法，摸透客户的需求，你才能轻松黏住客人的心，那时你就会发现，成交其实并不难！

本书在编写过程中，得到了石娟、柳志强、苗小刚、黄俊杰、薛莎莎、张良钊、陈金生、陆晓兰、齐红、杨玉兰、齐开霞、张丽萍、李星野、王华、黄凤祁等人的大力支持，在此深表感谢！

<<黏住你的客户>>

编辑推荐

《黏住你的客户》为销售之秘籍，是你抓住客户，黏住客户的绝佳收藏手册。书中形象生动地讲述了黏住客户的方法，从找问题、提方案到稳定客户的“军心”，圈定他周围的销售网络，再到盯紧客户需要，有目标有计划地向客户推荐产品，最后及时成交，达成交易，形成一套系统的销售模式，使你不费力气拿到客户的订单！

<<黏住你的客户>>

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>