

<<壁纸应该这样卖>>

图书基本信息

书名：<<壁纸应该这样卖>>

13位ISBN编号：9787564062705

10位ISBN编号：7564062703

出版时间：2012-7

出版时间：北京理工大学出版社

作者：林以钦 等著

页数：211

字数：194000

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>

<<壁纸应该这样卖>>

内容概要

本书定位于壁纸店面导购的销售宝典，全书以实战为特点，帮助导购人员掌握全面的壁纸销售技巧。

从以下几方面进行论述：

壁纸基础知识。

壁纸销售的基础知识。

从产品知识、店面销售流程、关键环节、核心的销售技巧，以及店面人员职业化形象的提升方面，帮助导购人员掌握基本的销售技巧；这部分内容，是壁纸导购开展销售工作所必备的技能。

以情景实战展开，采用销售话术的形式，针对销售破冰、产品问题解答、品牌问题解答、价格异议等销售中常见的客户对应难题，给予导购具体、可操作的话术方案；

技能拓展。

帮助导购人员建立

<<壁纸应该这样卖>>

作者简介

林以钦，上海真蒂装饰材料有限公司董事长，知名壁纸品牌——“真诚”、“蒂凡尼”、“凯蒂罗兰”创始人，一位“用思想缔造梦想”的青年企业家。

十余年来游学国内外，深入壁纸生产和销售一线，密切关注行业动态并积极参与研讨交流，积累了丰富的终端销售及团队管理经验。

针对企业发展，奉行“科学、严谨、高效”的管理理念与“合作大于竞争”的经营理念，致力打造集设计、生产、销售和服务为一体的无缝产业链。

前瞻的品牌战略意识结合积极创新思想，使旗下三大品牌先后被中国建筑装饰协会评为“全国经销商推崇品牌”、“消费者最喜爱品牌”及“中国墙纸行业市场影响力品牌”。

张启峰，和君智业管理顾问（北京）有限公司董事长、首席专家，中国家居建材行业知名营销策划专家、公司化赢利系统专家、零售终端系统专家。

专注于家居建材行业咨询与培训10年，主导家居建材商战100多场，创下某卫浴品牌单场订货额过亿的营销策划奇迹。

曾经培训过的厂商总裁近10万人次，培训过的店长导购100万人次以上，服务过家居建材企业上千家。

<<壁纸应该这样卖>>

书籍目录

- 第一章 壁纸的历史
- 第二章 销售攻略——壁纸终端销售6式
 - 第一节 迎宾——输赢只在30秒
 - 第二节 问询——从提问中获取订单
 - 第三节 展现——良好专业素质俘获顾客在心
 - 第四节 异议——抓住问题背后的机会
 - 第五节 绝撩——临六一脚锁定乾坤
- 第三章 话术攻略——壁纸终端销售情景应答
- 第四章 销售王牌——不卖壁纸，卖梦想
- 第五章 超载王牌——不卖壁纸，卖文化
- 附录 壁纸知多少

<<壁纸应该这样卖>>

章节摘录

版权页： 4. 驾驭型顾客 驾驭型的顾客不喜欢被他人逼迫，喜欢自己下判断，按照自己的思路得出结论。

与这类顾客沟通时，销售人员不要试图替他们作决断，可以扮演参谋的角色，为其提供方案和参考数据，让其自行选择。

5. 果断型顾客 果断型的顾客与驾驭型顾客类似，他们知道自己要的是什么，并且确信自己的选择是正确的，对其他见解不感兴趣。

这种类型的顾客常见于有一定事业基础的中年男士。

对于这类顾客，销售人员可以进行自然销售，提供一些参考性信息和策略，避免试图强硬地扭转他们的观点和做法。

6. 冲动型顾客 冲动型的顾客性格比较急，耐心不够，习惯于快进快出，会轻易地下判断。

对待这类顾客时，销售人员要少说废话，就事论事。

例如，可以直接询问顾客的需求，之后带领他们参观经典产品；成交时果断迅速，不要拖泥带水。

7. 实际型顾客 实际型顾客与分析型顾客类似，他们重视实际，对具体数据感兴趣。

例如：“你们这次的优惠是多少？”

” “这件打几折？”

” 面对这类顾客，销售人员要进行品牌讲解、资质证明、价值塑造等活动，让他们感觉你推荐的产品物有所值。

8. 周到型顾客 周到型的顾客与冲动型顾客形成了鲜明的对比，有时倾向于平易型顾客，有时又倾向于分析型顾客，这主要由顾客的考虑重点决定。

如果在乎具体的数据和细节，顾客就偏向于分析型；如果问东问西、犹豫不决，顾客就可能偏向于平易型。

面对这类顾客时，销售人员首先要取得对方的信任，不要急于进入销售环节。

可以从双方都认可的看法开始交流，逐步树立顾客对自己所作判断的信心，之后从朋友的角度提出试探性的建议。

如果顾客偏向于平易型，销售人员要替其下结论；如果顾客偏向于分析型，销售人员就要为其提供数据。

9. 沉默型顾客 沉默型的顾客不太愿意交谈，甚至销售人员主动说话时也不搭腔，进入交流环节后说话也不多。

沉默型的顾客既可能倾向于分析型，也可能倾向于驾驭型，需要销售人员仔细区别。

面对这类顾客时，销售人员首先要关注他们的反应，判断他们关注的购买要素。

他们虽然嘴上不说，不代表心里没有想法。

销售人员可以通过提问的方式，尽可能地让顾客做出回答；也可以先全面介绍产品，当顾客的眼神、面部表情、肢体动作表现得精力集中时，销售人员就要进行着重介绍。

当顾客开始回答问题时，销售人员的突破口也就找到了。

<<壁纸应该这样卖>>

媒体关注与评论

本书传授了壁纸这一业态终端最有价值的经验！

——中国壁纸协会秘书长 张熳红 本书以实实在在的案例，搭建了生动的终端销售舞台场景，配以买卖双方常用口语的对白，在一问一答中为你剖析顾客心理，展现了各种实战销售技巧，对于壁纸行业的生产商、代理商、经销商和销售人员具有极高的参考价值。

——布鲁斯特壁纸远东区CEO David 《壁纸应该这样卖》一书内容全面，文笔精彩，是每一家壁纸店都值得收藏与借鉴的销售宝典，是每一位壁纸销售人员都应该学习的经典教材！

——温州光大壁纸总经理 吴伟光 书中案例注重营销细节，运用于实践中能有效提升销售业绩；书的出版开创了行业先例，推广传播可帮助弘扬壁纸文化内涵。

——深圳继鸿鹏壁纸总经理 练饶齐 这本书弥补了行业培训资料的空白，为壁纸企业提升员工的销售技巧作出了导航，是壁纸行业人员入职和晋级培训的必备教材。

——太原柔然壁纸总经理 于英 作者基于多年的销售实战经验，从专业的视角全面分析了壁纸行业的特性并结合大量终端销售情景案例，为我们提供了壁纸终端销售的制胜法宝！

——沈阳嘉丽壁纸总经理 王凤玲 希望有更多的此类书籍推出，同时也希望更多的人参与到壁纸文化传播的队伍当中，提升壁纸在消费者心目中的影响力，共同推动行业健康蓬勃发展！

——重庆亚华壁纸董事长 姚庆华

<<壁纸应该这样卖>>

编辑推荐

《壁纸应该这样卖》定位于壁纸店面导购的销售宝典，全书以实战为特点，帮助导购人员掌握全面的壁纸销售技巧。

<<壁纸应该这样卖>>

名人推荐

本书传授了壁纸这一业态终端最有价值的经验！

——中国壁纸协会秘书长 张熲红 本书以实实在在的案例，搭建了生动的终端销售舞台场景，配以买卖双方常用口语的对白，在一问一答中为你剖析顾客心理，展现了各种实战销售技巧，对于壁纸行业的生产商、代理商、经销商和销售人员具有极高的参考价值。

——布鲁斯特壁纸远东区CEO David 《壁纸应该这样卖》一书内容全面，文笔精彩，是每一家壁纸店都值得收藏与借鉴的销售宝典，是每一位壁纸销售人员都应该学习的经典教材！

——温州光大壁纸总经理 吴伟光 书中案例注重营销细节，运用于实践中能有效提升销售业绩；书的出版开创了行业先例，推广传播可帮助弘扬壁纸文化内涵。

——深圳继鸿鹏壁纸总经理 练饶齐 这本书弥补了行业培训资料的空白，为壁纸企业提升员工的销售技巧作出了导航，是壁纸行业人员入职和晋级培训的必备教材。

——太原柔然壁纸总经理 于英 作者基于多年的销售实战经验，从专业的视角全面分析了壁纸行业的特性并结合大量终端销售情景案例，为我们提供了壁纸终端销售的制胜法宝！

——沈阳嘉丽壁纸总经理 王凤玲 希望有更多的此类书籍推出，同时也希望更多的人参与到壁纸文化传播的队伍当中，提升壁纸在消费者心目中的影响力，共同推动行业健康蓬勃发展！

——重庆亚华壁纸董事长 姚庆华

<<壁纸应该这样卖>>

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>