

《每天10分钟学点销售说话术》

图书基本信息

书名：《每天10分钟学点销售说话术》

13位ISBN编号：9787113160081

10位ISBN编号：7113160085

出版时间：2013-5

出版社：中国铁道出版社

作者：江猛

页数：186

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《每天10分钟学点销售说话术》

前言

优秀的销售人员总是能够凭借自己出众的口才赢得客户的信赖，取得骄人的业绩。好口才是个人魅力的展示，是取得销售业绩的保证。由此可见，销售人员练就一副好口才至关重要。有的销售人员认为自己口舌笨拙，不会说话，每次销售失败都归咎于自己的“嘴巴”。其实，口才作为一种能力的体现，并非与生俱来。很多优秀销售人员的口才都是通过后天锻炼而成的。要想拥有好口才，首先应该锻炼自己的表达能力，多掌握一些说话的技巧，在实践中不断总结和积累。除此之外，系统的学习也是一个重要的过程，多看一些关于销售口才的书籍，它能更迅速、更简便地让你掌握销售中所需的各种语言技巧。然而，有关口才类的图书可谓是汗牛充栋，绝大部分都是简单机械地介绍训练的方法或理论，对销售人员实际帮助并不大，有的甚至会起到反作用。鉴于此，我们编写了这本书。本书绕开了传统的说教和理论，以销售过程中涉及的每个阶段为主线，参照实例故事进行深入的分析，然后再由故事引出问题，层层深入。本书按销售流程划分为10个部分，每个部分都列举出一个销售人员的销售口才技巧实例，再根据实例进行深入浅出的剖析，最后得出结论。全书分为4个模块：包括1分钟看销售要点、2分钟阅读销售案例、3分钟品评经典评析、4分钟演练个人技巧，每天只需10分钟，你就可以完成一次销售技能的迅速提升。1分钟销售要点 凝练、简洁。每句话都是作者通过销售实践总结出来的，从而为奋斗在销售一线的工作人员提供了一条条销售心经。2分钟销售案例 生动、鲜活。既有普通销售人员的亲身经历，又有中外销售大师的经验传授，让你在轻松的氛围中就可以领略到他人销售语言的魅力，你可以学习、模仿，把他人的经验作为己用。3分钟经典评析 深刻、警醒。古人在批评一个人的学习态度时常说，“知其然而不知其所以然”，也就是说一个人只知道事物的现象而不知道其本质，是学不到任何东西的。学习就要汲取它的精髓。学习销售语言也是同样的道理，看了有关销售的故事以后也许对你有所触动，但是要想真正领会每个故事传递出来的信息，还必须经过深入浅出的分析，这一部分则是对案例的精心剖析。4分钟演练技巧 全面、条理。这是本书的最大亮点，也是方法的学习。学习需要方法，如果不掌握一个好的学习方法，讲解再多也无法真正转化为自己需要的东西。因此，在掌握了以上三个部分之后，就需要通过第四部分进一步地吸收消化。本书论述严谨合理、通俗易懂，将成功心理学中繁复的内容结合到推销实践中去，在保证销售知识系统性、全面性的同时，又追求简单化、便捷化。你每天只需花10分钟的时间，就可以读完一个章节，学到一个知识要点。本书具有很强的感染力和吸引力，能让读者轻松掌握销售中的说话技巧，迅速打开销售通道。

《每天10分钟学点销售说话术》

内容概要

《每天10分钟学点销售说话术》全面讲述了在销售过程中的各种知识，作者江猛以丰富的销售经验和通俗的语言讲解了销售中的语言艺术。《每天10分钟学点销售说话术》共10章，第1~2章讲解了语言的魅力，包括推销自己和关系网的用途；第3~5章讲解了销售中遇到不同客户的处理方法；第6~7章讲解了如何在销售中突出产品优势和破解客户抱怨、扭转商机的相关方法；最后3章通过售后服务和销售说话术来解决产品在销售过程中存在的问题，从而提升工作业绩。

书籍目录

Chapter01们推销商品先推销自己，能说会道才是真本事 No.01说话是一门艺术，“能说会道”是一种技能 No.02成功在嘴边，开不了口就无法成功销售 No.03客户认可你更重要，推销商品先推销自己 No.04张弛有度，把握说话的主动权 No.05客户是上帝，避免与“上帝”叫板 No.06亲切赞美，能愉悦客户的心扉 No.07学会幽默，增加交流的“润滑剂” Chapter02做销售就是做关系，一张嘴构建完美关系网 No.01善于与陌生人做朋友 No.02巧妙利用身边的人际资源 No.03巧用人情术，发展准客户 No.04让老客户为你介绍新客户 No.05利用竞争对手建立多方合作关系 No.06使用良好口碑与客户建立关系 Chapter03销售成功源于好的开始，说得好听才能取信客户 No.01寒暄有道，抓住初次见面的30秒 No.02做好自我介绍，解除客户的戒备心理 No.03设计开场白，抓住客户注意力 No.04适当地开玩笑，将危机变成转机 No.05话语中展现真诚，避免产生排斥之心 No.06寻找共同话题，打破谈话僵局 No.07抓住客户的兴趣点，缓解尴尬气氛 Chapter04讨价还价有方法，不要让价格成为阻碍 No.01忽略价格说价值，缩小讨价还价的余地 No.02降价需循序渐进，避免客户得寸进尺 No.03打折活动，做好诱饵引上钩 No.04圈定价格上下限，让客户自己选择 No.05化整为零，将价格实行分割 No.06了解客户购买力，摸清客户底线再报价 No.07采用价格比报价，让客户认清差距 Chapter05看人劝购，不同的客户用不同的语言 No.01优柔寡断型的客户：用肯定性的语言鼓励对方 No.02沉默寡言型的客户：用较简单的问题引导对方 No.03先入为主型的客户：用提问的方式去化解误解 No.04知识渊博型的客户：用赞许性的语言认可对方 No.05强烈好奇心的客户：用优惠性的语言吸引对方 No.06温和有礼型的客户：用专业性的语言折服对方 No.07讨价还价型的客户：用妥协性的语言争取对方 No.08自以为是型的客户：用保留性的语言激励对方 No.09性格暴躁型的客户：用轻松愉快的语言消除紧张 No.10颐指气使型的客户：用商量性的语言劝解对方 No.11侃侃而谈型的客户：用简短的语言积极回应对方 Chapter06不落俗套凸显产品优势，准确无误推介产品卖点 No.01全面了解产品，做客户的销售专家 No.02确定谈话主题，围绕核心内容展开 No.03讲解简单清晰，让客户在最短时间认可产品 No.04用讲故事的方式交流，让客户接受起来更容易 No.05介绍要有针对性，结合客户的需求进行 No.06不落俗套，找到产品的独特之处 No.07突出产品价值，你的话将会更有说服力 No.08提供人情关怀，增强推销语言的感染力 No.09删繁从简，避免使用过于复杂的语言 No.10善用服务策略，提高客户的安全感 Chapter07消除客户抱怨，深入沟通才能不被客户拒绝 No.01端正态度，正视客户的各种“拒绝” No.02积极应对，了解客户“拒绝”的原因 No.03当拒绝只是一种自然防范时：坦诚相待，消除戒备 No.04当拒绝是一种借口时：用心对待，以情动人 No.05当拒绝是主观反应时：用事实说话，以理服人 No.06当拒绝有客观依据时：提出解决方案 No.07制造紧缺，让客户产生“抢购”心理 No.08客观评价，有效增强客户的认同 No.09善于引导，让客户逐渐认可产品 No.10列举实例，用事实消除客户的疑虑 No.11扬长避短，转移客户的关注点 Chapter08巧言识破谈判陷阱，妙语扭转商机 No.01主动开口先声夺人，掌握场上主动权 No.02设置限制有效提问，引导客户深入谈判 No.03递进式探询，时刻保持进退自如 No.04角色转换，用客户的口吻展开谈话 No.05说“大”话，虚张声势给对方“下马威” No.06说“反”话，欲擒故纵变被动为主动 No.07说“实”话，让客户痛并快乐着 No.08说“假”话，以退为进“骗取”客户 No.09说“软”话，适当示弱争取客户的认可 No.10说“硬”话，咄咄逼人逼迫客户“就范” No.11说“巧”话，利用外部条件妙借势 Chapter09细说服务促成售后销售，保证业绩强力延续 No.01诠释“一站式服务”，让客户售前售后都满意 No.02做好服务延伸工作，积极拉回头客 No.03积极预约回访，询问产品的使用情况 No.04利用反馈信息展开交流，提升客户满意度 No.05客户要求退货，先道歉后理赔 No.06削弱客户的反对意见，妥善解决赔偿问题 No.07服务不能只有热情，更要有效率 No.08适当来点“多此一举”的服务 Chapter10销售话术有禁忌，说错比不说更可怕 No.01忌生硬，说话要保持节奏和速度 No.02忌多言，多言反会招致客户反感 No.03忌批评，尊重客户的思想和观点 No.04忌争辩，减少与客户无谓的争辩 No.05忌质问，遇到问题要与客户商量 No.06忌炫耀，尊重事实，勿自吹自擂 No.07忌直白，不要直接指出客户的错误 No.08忌业余，避免使用过度随意的语言 No.09忌独白，讲解时要善于与客户互动 参考文献

章节摘录

版权页：插图：案例分析 销售人员在向客户推销产品的时候，要尽力满足对方的心理需求，这些需求包括实惠利益、命运前途、友谊亲情、安全健康等。不要向客户硬性推销，这样有时反而会引起客户的反感，导致推销失败。在案例中，我们可以看到这位销售人员通过薄薄的营销广告册，使得原本几个简单的婴幼儿试用品充满了亲情的关怀。使客户在相同付出同等的情况下，在心理上享受了更多的舒适、便利感，从而觉得被关怀，进而推动了成交。销售就是通过一系列的社会活动，将人们对某种产品的潜在需求和欲望转化为实际的购买行为。当前的推销活动中，很多销售人员缺乏营销道德和人文关怀，对待客户充满了太多的以强欺弱、明争暗斗、尔虞我诈、坑蒙拐骗。从企业经营角度出发，很多现代企业都开始呼唤一种你我共存的理想境界，呼唤一种双赢的营销活动，呼唤极具亲和力的现代营销，在营销过程中关注人文关怀。产品是销售人员与客户关系的联合细节，并影响着最后销售成功与否。从长远来看，提供人情关怀更有利于销售。那么，如何在介绍产品的时候注入浓重的人情关怀呢？可以从以下三个方面做起：个人演练 利用情感纽带，与客户建立起融洽的关系 介绍产品前向客户表达简单的问候，这个阶段向客户表示关心，目的是在销售人员与客户之间建立起融洽的关系。尽管推销产品是销售人员的第一目标，但是在与新客户交流的时候千万不可直接谈论产品。因为大多数陌生客户对推销员的推销都有一种本能的拒绝。要想让客户进一步接受你，首先要借助“情感”因素，让客户感受到来自你的关心。亲切交往，把客户当成“朋友”与新客户先做朋友，再谈推销是赢得客户最有效的技巧。初次与客户接触时，很多人会持不信任的态度，这时绝不可摆出做生意的姿态。但是，如果你言语中表现得十分诚恳，努力地感化他，并试着与他们做朋友，从关怀出发，让客户感觉到你的真诚。那么对方就会最终放下心理戒备，真正地接受你。

《每天10分钟学点销售说话术》

编辑推荐

《每天10分钟学点销售说话术》操作性强，内容讲解通俗易懂，案例真实具体，讲解全面，适用于刚开始从事销售的读者和想了解销售或通过销售实战提升个人语言和交际水平的从业者。

《每天10分钟学点销售说话术》

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：www.tushu000.com