

《高价成交的秘密》

图书基本信息

书名：《高价成交的秘密》

13位ISBN编号：9787111358749

10位ISBN编号：7111358740

出版时间：2011-10

出版社：机械工业

作者：崔小屹

页数：180

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

《高价成交的秘密》

内容概要

《高价成交的秘密》结合理论和实践，从建立客户关系、挖掘客户需求到运用关系而成交的整个流程进行梳理，通过案例分析、实战记录和理论讲述等多种方式生动演绎高价成交的秘密。如果企业的产品质量高、价格低、口碑好、应用广，销售工作自然会很好做。但实际的情况经常是：质量好的，价格会很高；价格低的，质量和口碑又不好。而客户总是在质量和价格之间找平衡，以至于赢得订单是如此艰难。在激烈的竞争中向客户卖出优质高价的产品，在激烈的竞争中用低成本赢得高利润，这些都是众多企业和销售人员追求的梦想。

《高价成交的秘密》

作者简介

崔小屹，实战派管理与销售专家，清华大学EMBA。在销售与市场（特别是电话营销和销售方面）、企业管理方面都颇有研究。熟悉多种企业运营模式，对不同模式下的管理之道有透彻的了解。十多年世界500强企业实战经验及熏陶，积累了丰富的经验与阅历。曾任戴尔呼叫中心营运总监，西门子大区经理等职，现任北京高准管理咨询有限公司总经理，清华大学高级经理人讲堂特约讲师，多家大型企业常年顾问，多家咨询机构首席顾问。崔老师的培训风格为理论与实务并重，信息量大，内容严谨充实又不乏轻松幽默：重视学员的学习效果，尤其是学员的长期收获。

《高价成交的秘密》

书籍目录

前言第1章 高价有理，成交有道 1.1 价格由什么决定 1.2 不可替代——高价付得心甘情愿 1.3 不可替代性的三个方面 1.3.1 产品本身具备不可替代性 1.3.2 把产品的差异性变成不可替代性 1.3.3 当产品没有差异性时，就要打造人的不可替代性 1.4 需求与价值之间的关系 1.4.1 马斯洛需求理论 1.4.2 产品性能与价值 1.4.3 价值体现在让客户成功上 1.4.4 价值与安全 1.5 顾问式营销 1.5.1 专业的姿态 1.5.2 专业的立场 1.5.3 了解客户的生产流程和应用领域 1.6 做客户的老师和医生 1.6.1 老师和医生的讨价还价能力强 1.6.2 掌握“Know How”，甩开竞争对手 1.7 营销的理念与工具：4P、4C、4R 1.7.1 什么是4P 1.7.2 什么是4C 1.7.3 4R，高价成交的保证 1.8 本章总结第2章 快速拉近与客户的距离 2.1 小张为什么没有拉近与客户的距离 2.1.1 小张拜访客户的经过 2.1.2 错误陈述，撞到了“枪口上” 2.1.3 缺乏礼仪，气氛尴尬 2.1.4 没有夸奖客户 2.1.5 没有挖掘客户信息 2.1.6 对小张拜访客户的总结 2.2 快速拉近客户的四大法宝之一：礼仪 2.3 快速拉近客户的四大法宝之二：倾听 2.4 快速拉近客户的四大法宝之三：提问 2.4.1 不该问的问题 2.4.2 适合提问的问题有哪些 2.4.3 提问应该循序渐进 2.4.4 从回答问题中转回发问 2.5 快速拉近客户的四大法宝之四：赞美 2.6 成功拉近客户距离的案例 2.7 如何让不爱说话的客户开口 2.8 对销售信息的挖掘 2.8.1 用户 2.8.2 时间 2.8.3 投资 2.8.4 决策流程 2.8.5 竞争态势 2.8.6 成功挖掘客户信息的案例 2.9 面对资深和强势客户的谈话技巧 2.10 拜访客户前的准备工作 2.11 本章总结第3章 打造人的不可替代性 3.1 客户眼中的完美销售员 3.1.1 安全 3.1.2 专业 3.1.3 愉悦 3.1.4 实战营销礼仪 3.2 从工作关系向朋友关系的突破 3.2.1 朋友关系与工作关系在表现形式上的不同 3.2.2 如何突破工作关系 3.3 从朋友到铁杆支持者 3.3.1 让客户感动 3.3.2 与客户进行心灵沟通 3.4 与客户的相处之道 3.4.1 ‘客户永远是客户 3.4.2 不可出风头 3.4.3 不可欺负新人 3.4.4 公事哭穷，私事露富 3.5 从本色营销到全能营销 3.5.1 优秀的本色营销者 3.5.2 本色营销的优点与不足 3.5.3 全能营销 3.6 打造属于自己的销售风格 3.7 本章总结第4章 高效推荐——植入不可替代的观念 4.1 针对客户需求和特点进行推荐 4.1.1 了解客户组织需求和个人诉求 4.1.2 对客户需求进行准确判断 4.1.3 根据客户性格进行推荐 4.2 用中立的立场进行推荐 4.2.1 向客户植入不可替代的观点 4.2.2 L电脑公司的销售员应该如何推荐 4.2.3 D电脑公司的销售员应该如何推荐 4.2.4 S电脑公司的销售员应该如何推荐 4.2.5 H电脑公司的销售员应该如何推荐 4.2.6 把优势转变成价值 4.3 FABE推荐法，迅速打动客户 4.3.1 FABE推荐法概述 4.3.2 精炼表达，直达要害 4.3.3 FABE应用案例 4.4 异议处理，改变客户的观念 4.4.1 既要说服客户，又要维护关系 4.4.2 异议处理的过程 4.4.3 用批评自己的方式批评客户 4.4.4 异议处理的案例 4.5 争议处理：“化干戈为玉帛” 4.5.1 错误处理争议的案例 4.5.2 成功处理争议的案例 4.5.3 处理争议的原则 4.6 与固执和强势客户进行沟通的技巧 4.7 本章总结第5章 高价中标的诀窍——大订单运作 5.1 大订单业务竞争特点 5.2 决策流程分析 5.2.1 决策人员分析 5.2.2 决策方式中的“游戏规则” 5.3 影响技术部门制定有利于我们的方案 5.3.1 利用专有技术 5.3.2 组合优势 5.3.3 长期优势 5.3.4 用辅助指标影响关键指标 5.4 价值包装 5.5 与客户建立同盟 5.6 把自己变成客户的客户 5.7 不战而屈人之兵 5.8 充分利用游戏规则 5.8.1 三流销售懂规则 5.8.2 二流销售用规则 5.8.3 一流销售定规则 5.9 本章总结第6章 高效谈判，守住利润的关口 6.1 谈判无处不在 6.2 谈判的最核心理念 6.3 商务谈判的基本原则 6.4 谈判的准备工作 6.4.1 打造良好的谈判心理 6.4.2 对谈判方式的选择 6.4.3 设置谈判的预期结果 6.5 谈判的开场 6.5.1 开场时如何陈述立场 6.5.2 打造积极的谈判气氛 6.5.3 是否应该第一个出价 6.5.4 永远不对第一个出价说“ Yes” 6.6 如何化解谈判僵局 6.6.1 追求阶段性成果 6.6.2 暂时更换话题，缓解气氛 6.6.3 重新包装 6.6.4 换人 6.7 谈判心理与谈判策略 6.7.1 主导效应 6.7.2 互惠效应 6.7.3 验证效应 6.7.4 承诺效应 6.7.5 掩饰效应 6.8 寻找共赢方案 6.8.1 谈判案例——给谈判对手留足面子 6.8.2 谈判案例——如何把雅高争取成为核心代理 6.9 本章总结

《高价成交的秘密》

精彩短评

- 1、此书不错，达到本人要求。
- 2、看这本书时，自己恰好做销售中遇到了些许的问题。给我的工作提供了一些思维的指引和销售模式的思考，对我的工作起到了柳暗花明的效果！这本书推荐阅读 ~ ~ ~
- 3、帮同事买的，质量还可以！
- 4、作者本人比这本书低调很多，书籍的内容十分实用
- 5、从顾问营销到SPIN等，能够进行详细分析，案例很好
- 6、之前在网络上看了两张，很好，现在买了，很有指导意义
- 7、现在市场上关于销售的书太多了，这本书不仅在销售战场上很实用，而且还比较有新意啊，很喜欢这本书，物有所值啊~
- 8、书发错了，不过我不想退换，嫌麻烦，我买的是销售的书，结果发成羊脂球了，无所谓了。
- 9、销售人员的一本好书
- 10、比较一针见血，不错
- 11、销售是个过程，成交才是结果。高价成交，其实是一个可以说的秘密.
- 12、书刚到，还没读，是朋友推荐的，希望可以给自己帮助
- 13、前段时间一直在为一个客户的问题烦恼，后来看了这书，有种恍然大悟，似乎一下明白自己要怎么做，怎样才能更好的解决这问题！推荐大家有空可以看看！
- 14、恭喜崔老师新著问世！之前有幸邀请崔老师到公司授课，他的实战经验和踏实的风格都会赢得公司同仁的尊重和喜欢，与本书同名的课程在我公司讲过，娓娓道来，逻辑清晰，精炼实用，很大程度上提升了销售人员的认知和与客户交往的能力。这次听闻新书问世，公司销售人手一本，再次认真习读。开卷就让人有种想一气呵成的感受。精品！精品！
- 15、非常实用的一本书。如何高价成交是任何销售人员和谈判高手一直追求的方向。
- 16、高价成交的秘密是做销售人员的一本好书，
- 17、内容细致详实，案例较多。道理结合实际，值得拜读。
- 18、对于销售端人员可以借鉴里面的很多内容
- 19、写得很真实，很实用，看得出作者对销售有着较深刻的理解和丰富的经验，推荐！
- 20、帮朋友买的，自己也带了一本，很实用，不错
- 21、里边纸的质量一点不好，而且买贵了，刚提交订单第二天就降价了，好像不是正版，，唉o(╯╰╯o

《高价成交的秘密》

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