

《产品推介24策略》

图书基本信息

《产品推介24策略》

内容概要

在这个凡事讲求速度与效率的时代，产品推介可以助你成就一笔交易。通常，它们是你的经验与能力的第一个实质表现。有效的产品推介可以体现一个成功的销售策略，一份写得好的产品推介能帮助你跃升到交易过程的下一个阶段，并让你的客户对未来的成功伙伴关系更有信心。

本书详细阐述了产品推介撰写过程中需要掌握的24个策略，这些策略可以让你成功地回答客户提出的问题、减少不确定性，让你的产品打动客户。无论你是第一次回答客户提出的问题，回复建议书邀请函，还是为客户提供非正式的建议，要让每份文稿都是绝佳代表作，绝对值得你好好花费一番功夫。

想写出一份精彩的产品推介，你不必成为一个伟大的作家，只需知道怎么做。本书将为你提供专业的窍门与技巧，帮助你向客户证明，你是有条理、有趣味、容易共事的，以及最重要的——你是他们的最佳选择。

《产品推介24策略》

作者简介

希瑟·皮尔斯：出色的商业文书写作专家，曾经为许多大公司撰写过产品推介，同时，他还在行业杂志、报纸和电子刊物上发表过许多关于商业的文章。

《产品推介24策略》

书籍目录

前言

第一部分 说服他人的策略

策略1 预先达成一致意见

策略2 请教专家

策略3 听出弦外之音

策略4 客户都是具有个性的

策略5 抓住主题

策略6 在解答问题中说明自己的优势

策略7 详细阐述你的资历背景

.....

第二部分 产品推介三原则：清楚、简洁、条理清晰

.....

《产品推介24策略》

编辑推荐

有了《产品推介24策略》的24个策略做引导，你的产品推介将在成功的销售策略方面扮演一个重要角色，而且你将拥有所有商业写作致胜必备的要素。《产品推介24策略》的24条策略将会极大地提高你的说服力，它的作用表现在：

告诉读者他们想听的；	专注一项主题；	详细地		
阐述自己的特色；	紧扣重点；	寻求第三方的佐证；	为你的读者群而写；	关
注附件的重要性；	加强可读性。			

《产品推介24策略》

精彩短评

- 1、你应该做得应该是提供信息 让顾客成为专家
- 2、没觉得写的好，虽然说的东西没错，但不过是堆砌

1、摘记。很长哦。01、预先达成一致意见不要回避。澄清所有问题。02、请教专家在起草产品推介阶段，不要再提出每一个细节问题，而是要找出专家能够给出更好答案的问题。必须把从专家那里得到的资料不留痕迹地融入到你的产品推介当中，把复杂的技术内容转换成简单易懂的信息。必须对产品推介的内容进行编辑以确保整体协调性，更为重要的是它必须与客户的需求直接相关。不要孤军奋战；寻求他人的帮助；整合所有的资料。03、听出弦外之音客户为了引出某些特定的答案或是期望从你那里得到自己想要的信息，他们会设计一些问题。不应回答所有的问题，而是找出客户最关心的问题给予解释，然后在此基础上向客户展示自己的服务能力。问题：“你们每年的客户流失比例是多少？”（你们是否有能力留住客户？）问题：“你们是否能够保证两年内不提高各种费率？”（作为供应商是否会马上提价？）问题：“除了产品推介中提供的信息，你是否还有其他需要补充的建议？”（是否可以提供更有独特性的解决方案？）04、客户都是具有个性的研究客户。Google.com和hoovers.com是两个常被用来了解公司信息的网站。05、抓住主题客户在寻找供应商或发出建议书邀请函时通常会提出很多问题。而你已成竹在胸，只是需要复述这些问题并把它们的答案往产品推介的主题上靠。如果你能够把形成、强调和支持产品推介主题的工作做好，那么必将赢得客户。使主题具体化，不断对主题进行修正以满足客户的需求，并保证你作出的任何决定都有论据支持。06、在解答问题中说明自己的优势必须善于利用客户的问题来维护自己的利益。问题：“你公司每年的客户保持率是多少？”提供答案：“我们公司的客户保持率是98%。”提供判断：“我们公司的客户保持率在行业中是最高的，98%，由于我们的出色工作，行业协会将接触客户服务奖颁给了我们。”问题：“你们的产品是否都符合现行的安全标准？”提供答案：“是的，我们的产品都符合现行的安全标准。”提供判断：“我们的产品完全符合现行的安全标准。同时，我们提供给您的两类产品是业界都被认为最安全的，其依据是过去5年间超过1万名客户的产品危害调查报告。”问题：“你们是否能够保证在两年内不采取提价措施？”提供答案：“是的，我们在两年内将保持价格的稳定性。”提供判断：“我们可以提供两年的价格保证，该价格在过去的5年间一直未曾发生变动。与客户保持长期的合作关系使我们可以提供如此优惠的价格，而持续的低价格也让客户得到了节约成本的实惠。”客户不会选择一个只是“满足客户需求”的公司，他们需要的是能够明确展示自己卓越能力的公司。在回答客户问题的时候，让客户高度关注自己的优点。07、详细阐述你的资历背景08、详细介绍自己的成功案例09、令人信服的宣传10、寻求第三方的佐证11、让客户知道他们可以从产品中得到什么好处客户并不想知道你能做什么，而是希望知道你能为他们做什么。从客户的角度撰写产品推介，你可以问自己一些问题：你所描述的每个特性是否都与满足客户的特定需求相互关联？你在产品推介中使用的术语和语言是否与客户及所在行业的术语和语言相同或相似？你对产品和服务的描述是否直接表达了客户的需求，或者是否有不能支持客户做出有关决策的无用信息？12、提供具有特色的产品推介找到自己的特性需要挖掘灵魂深处的某些东西。13、借鉴以前的成功经验14、根据客户要求组织文本产品推介的关键要素：封面文字；内容摘要；正文；定价。15、大量使用标题和副标题标题和副标题也可以在幻灯片上运用。应该考虑每个标题如何能反映问题本身，并告诉客户该问题为何重要。善于运用标题和副标题，可以减轻客户阅读大量文字负担。16、回答所有的问题17、每问必答不要重复冗长的答案。保持一致性。只要你在前面已经标注了某些术语的全称，那么在后面就可以使用术语的缩略语。避免使用不同的术语。18、在附件中加入有关内容产品推介的主体部分全是客户需要的信息，而附件中的内容则是可供客户选择阅读的信息。在产品推介中应该将所有的卖点呈现给客户，而在附件中你可以根据自己的预测，对客户感兴趣的内容进行说明。附件中应该包括的某些内容：图表、图解和程序表；客户列表和参考内容；新闻资料和新闻发布会内容；员工简介；案例研究；年度财务报告。19、像个无所不谈的朋友没有人喜欢无所不知的人，你只需要让客户知道你在自己的领域是个专家。如，专家式“XYZ公司生产工具的原料是钛合金，可以承受严酷的温度变化”，朋友式“我们使用钛合金制造紧固件，这样可以提高它的耐久性和耐热性。我们的产品可以24小时全天候使用。”如，专家式“采用我们公司领先制定的战略将会提高供应链的效率”，朋友式“我们的咨询专家将和你们的产品专家一同工作，向他们展示我们独特的战略，帮助你们实现提高供应链效率的目的，这些策略已经在许多公司实施并取得成功。”20、紧扣主题在产品推介第一段就要对正文的六个要素（何人、何事、何时、何地、何因、如何做）进行说明，并对整个文章的结构进行构思。接着可以给出一些证据。使用主动的，而不是被动的语调。如，被动式“许多公司曾经接受过我们专家的帮扶组”，主动

《产品推介24策略》

式“我们的专家帮助过许多公司”。保持语句和段落的简洁，尽量缩短语句的长度。如果确实句子比较长，应该及时用句号结束并开始新的句子。21、尽可能用通俗易懂的语言与客户分享共同的语言对客户非常有益。22、保持页面清晰在产品推介的页眉、页脚和页边都要保留足够的间距。例如在页脚，应该让诸如文件名称、日期和页码等脚注信息与正文之间有足够的空间。不要让文字充斥产品推介，合理布局，提高产品推介的可读性。控制文章段落的长短，采取缩短文章的段落长度、运用列表方式、合适的字体和颜色来把文章内容分成逻辑上的段落。增加页面留白。23、保持语法、字词和标点的正确如果没有错误干扰，客户就会关注产品推介的内容。关注细节。认识到编辑产品推介的重要性。请第三方予以审查。24、完全遵从客户的要求

《产品推介24策略》

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