

<<建材家居就得这样卖>>

图书基本信息

书名：<<建材家居就得这样卖>>

13位ISBN编号：9787111256434

10位ISBN编号：7111256433

出版时间：2009-1

出版时间：机械工业出版社

作者：陆丰

页数：168

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>

<<建材家居就得这样卖>>

前言

《射雕英雄传》中，武功不过刚入流的江南七侠中的“老六”，曾经对“已调教数载，却无任何明显进步”的郭靖失望地叹道：“你小子恐怕不是练武的材料啊”！

可令他万万没有想到的是，姓郭的小子后来竟修炼成盖世的绝顶高手、堂堂的一代大侠！

——道理其实很简单！

根源并非出在徒弟身上，而恰恰出在他这个师傅身上！

现如今，和营销挂钩的书多如牛毛，可要么是无病呻吟、虚情假意，等你看完后才知道，原来作者是在借道做“个人品牌传播”；要么是凭空杜撰、隔靴搔痒，书名不错，可里面的内容却“纯属虚构”

；要么是居高临下、装腔作势，却根本是没吃过猪肉也没见过猪跑的“学院派”和“出口转内销派”！

……总之，这些书，都是既浪费读者金钱，又浪费读者时间的“绝钱丹”、“迷魂散”。

当我一口气读罢陆丰的“拙作（当然是他自己的谦称）”，这本书名直自得让我颇不以为然的《建材家居就该这样卖》后，脑海中一下子就蹦出了这个念头，这本书简直是“九阴真经”、“降龙十八掌”、“乾坤大挪移”的“入门级”读物！

我创立“联纵智达”从事营销咨询和专职培训工作已经很多年，又在各类企业老总、高管的位置上“坐”过多年，见过不少老板、高管、经销商、店长以及店员，我非常明白他们的内心所需，相信这本书一定会满足他们的需要。

书我读过不少，写得这么“直白坦诚”的少见，书中充斥着看似普通，实则实战性和价值感极强的、被我视作经典的语句、段落。

比如关于如何靠近顾客、怎么处理顾客的产品异议、如何处理价格与折扣的技巧等，都非常简单实用，上午学完下午就可以使用！

<<建材家居就得这样卖>>

内容概要

这是一本简单、实用的书。

作者进入企业和门店，近距离观察销售场景，用录音机或者DV拍下销售员接待的过程，对近300多位优秀销售人员做了访谈记录与总结，解决的都是广大销售员经常遇到的问题——比如如何树立良好的销售心态；如何处理销售接待过程中的问题；如何激发顾客的购买兴趣；如何处理建材家居的款式、品质等问题；如何将产品介绍得让人心动、行动；如何处理顾客的价格异议；如何处理顾客的折扣与优惠要求；如何处理安装过程中的问题；如何做好售后服务与相关投诉等。

<<建材家居就得这样卖>>

作者简介

陆丰，帝略国际（生活耐用品）管理咨询公司首席顾问、高级合伙人，被誉为“中国单店营业力实战提升第一人”，复旦大学企业研究所研究员。

曾获首届实践中国管理案例最佳团体奖，《地板新时代》、总裁培训网、《销售与市场》等专栏作者。

曾率先提出耐用品单店营业力六力提

<<建材家居就得这样卖>>

书籍目录

序一序二序三前言第一章 如何树立良好的销售心态 实战情景1 我觉得自己只是一个小导购，而顾客很多是大老板，面对他们我总觉得信心不够 实战情景2 我觉得自己已经尽了最大的努力，但是人家还是不买，我感觉自己真的不是做销售的料 实战情景3 我对顾客很热情，但总感觉顾客很冷淡，一副爱理不理的样子，甚至有时感觉很看不起我 实战情景4 看看人家多能说，每次都能把顾客说动了，我的嘴巴怎么那么笨呢？ 实战情景5 反正好坏都是老板的生意，做好做坏都不关我什么事情第二章 如何处理销售接待过程中的问题 实战情景6 顾客进来后，就非常热情地上去介绍我们的产品 实战情景7 顾客显得很着急，你做什么他都觉得你慢腾腾 实战情景8 我回去跟我老婆商量一下，到时带我老婆一起来看 实战情景9 顾客与你交流时显得很心不在焉 实战情景10 顾客一上来还没仔细听我们介绍产品，就非常着急地问你：“这款多少钱？”或者说：“你就说价格多少就行了！” 实战情景11 有时顾客心里已经有很好的品牌倾向了，到店里无非就是比比价格 实战情景12 感觉顾客购买意向不是很强，怎么办？ 实战情景13 我自己先看看，有需要我再叫你随便看看，到时再喊你 实战情景14 顾客不到两分钟就直接往外走 实战情景15 顾客带小孩过来，小孩吵着要走，搞得父母也没心思了 实战情景16 一次我接待了一对夫妇，我觉得接待得挺好的，那个女的对我好像非常不客气，不知道怎么回事 实战情景17 销售中我总是非常热情地招呼顾客，但是顾客就是不太爱搭理我 第三章 如何激发顾客的购买兴趣 实战情景18 我先自己看看，有事我会叫你的 实战情景19 客户转了一圈，东看看、西看看，感觉好像没有什么购买欲望，该怎么办啊？ 实战情景20 顾客在看产品，我应该通过顾客的哪些细节来判断我是不是应该上前介绍呢？ 实战情景21 有几次我都上去了，但是走到顾客跟前又不知道跟顾客说些什么 实战情景22 感觉顾客也不知道需要什么，介绍什么都说“好” 实战情景23 我暂时可能不买，估计过两个月会来购买！ 实战情景24 我先去其他店里看看，待会过来 第四章 如何处理建材家居本身的款式、品质等问题 实战情景25 你们的产品会不会变形啊？第五章 如何将产品介绍得让人心动、行动第六章 如何处理价格异议第七章 如何处理顾客的折扣与优惠第八章 如何处理安装过程中的问题第九章 如何做好售后服务、处理好相关投诉第十章 实战技巧答疑

<<建材家居就得这样卖>>

章节摘录

第一章 如何树立良好的销售心态 实战情景2 我觉得自己已经尽了最大的努力，但是人家还是不买，我感觉自己真的不是做销售的料 实例案例 青岛某高档橱柜的销售人员小秦是我遇到的一个典型，她已经做了6个月销售，但是因为各方面原因，经常在最后时刻“功亏一篑”。

次数多了，小秦对自己的销售能力甚至从事建材销售这一行业的选择产生了置疑，严重影响了其销售业绩。

她甚至问我：“陆老师，我是不是不太适合做橱柜销售啊！”

“其实在我看来，小秦热情、好学，做事很有冲劲，但是唯独在销售技巧与对客户心理的把握上缺乏“火候”，此外由于渴望尽快地出成绩，所以导致销售心态太急，目的性太强，往往使得客户反感。针对小秦的问题，我跟他们的老总做了一次交流，我们采用了如下的策略：（1）小秦具有优秀销售人员的潜质，所以尽量在管理过程中采用肯定的方式，抓住一个点对其进行肯定，比如，我们会说：“小秦表现不错，迅速看到刚进门的老客户今天换了一个发型，并及时给予了肯定，观察力很不错。只要在价格异议处理这个环节再多点技巧，估计就成了。”

“今天这个客户已经产生购买意向了，我们的目的已经达到了，只要你继续跟她保持沟通，相信她还会来这里购买我们产品的。”

“不要急，销售就像一场恋爱马拉松，哪能一步到位！”

只要我们不断强化自身的能力，顾客还不早晚找上我们啊！”

（2）帮助其进行心理调节。

我单独找小秦聊天，下面就是聊天的部分内容：陆丰：“小秦，有时花了这么大劲没成交，是不是感觉很沮丧啊！”

（直接切入主题）小秦：“是的，感觉很郁闷，我这么努力，还是搞不定，人家搞定客户都很轻松，我觉得是不是缺少销售天赋啊！”

陆丰：“你说谁很容易搞定客户啊，是不是王姐啊？”

（抓住一个关键点，她过于急迫的心态可能来自对自己过高的期望，盲目地跟老销售人员攀比。）

小秦：“是的，听说她刚做两个月，一个月就能卖3套了，厉害！”

（看得出其对王姐很崇拜，后来一问才知道，原来老板为了激励他们，所以编了这些故事，结果适得其反。）

陆丰：“呵呵，这样啊，王姐的事我知道的，我每年都走访那么多店，见过很多优秀销售人员，都是经过很多年磨练才能成功的，王姐也是啊。”

王姐卖橱柜之前，卖过三年家纺、还卖过两年家具，你知道吗？”

（告诉她人不可能一口吃成一个胖子，得慢慢积累自身能力。）

小秦：“啊！”

是吗？”

我还以为——”（显得很惊讶）陆丰：“不信，我叫王姐过来。”

（叫来王姐，王姐讲述了自己当年的奋斗过程，包括为了刺探竞争对手产品情报被人轰出来的经历以及每次接待完顾客都要做反思笔记的故事。）

小秦：“原来这样啊！”

原来每一个人的成功都是多年努力的结果啊！”

（看着其惊讶、若有所思的过程，我知道她意识到了自己的问题所在。）

）

<<建材家居就得这样卖>>

媒体关注与评论

实战、有用的东西总是会受到大家的认可、喜爱，我相信大家一定会喜爱这本书！

——《中国建筑卫生陶瓷》杂志主编 夏高生陆老师关于建材家居销售的连载在我们杂志已经快一年了，非常受广大一线销售人员的欢迎。

我们杂志强烈向大家推荐这本非常具有实战意义的好书！

——曾任《地板新时代》杂志主编 袁海云我读过不少书，写得这么“直白坦诚”的少见。

书中充斥着看似普通，实则实战性和价值感极强的、被我视作经典的语句、段落。

非常简单实用，上午学完下午就可以使用！

——中国联纵智达营销咨询集团总裁何慕大自然作为国内实木地板顶尖品牌，三年前曾邀请陆老师及其团队为我们做过3天的金牌店长培训，内容实战、讲课生动，受到大家的喜爱。

现在他的新著《建材家居就该这样卖》强势出版，很有原创性，相信一定会受到大家的喜爱。

——广东盈然木业有限公司大自然营销事业部总经理林皓圣象跟陆老师团队已经合作了长沙、兰州两地的培训。

在这个培训市场及其混乱的今天，像陆丰老师这样既能从理论方面进行分析，又能从实践角度进行解读的培训师少之又少。

陆丰老师对终端门店管理的精通，对终端销售行为的熟悉，对销售人员的认知和理解，都是很多终端培训师所不具备的。

听过陆老师的课之后，很多店长向我反馈，如此实战的课程确实有用，并希望能够有更多的机会聆听陆老师的课程。

——圣象地板集团人力资源副总裁崔学良本人在建材领域高管位置浸誉多年，深知终端销售的重要性。

细细品味此书，很多观点竟不谋而合，很实用，讲得也很细、很生动，希望这本原创性著作能得到大家的喜爱。

——圣·凡尔赛陶瓷有限公司营销总经理杨宏波在建材家居行业高管位置已经很多年了，一直渴望多一些实战书籍出现，相信本书的出版一定可以弥补建材家居等生活耐用品实战销售图书的不足。

——佳尔利涂料副总经理 俞辉本书充分把握住了建材家居产品的售卖本质——专业化营销。

友邦集成吊顶作为行业的开创者和领跑者，全国300多个城市的1000余家专卖店平均每六七秒就诞生一个用户就是这种专业化营销的最好典范。

——浙江友邦集成吊顶有限公司常务副总经理 王吴良

<<建材家居就得这样卖>>

编辑推荐

《建材家居就得这样卖》中有近80个实战情景案例解析，有策略、有方法、有话术，简单有效，上午学完下午就能用！
建材家居销售第一本书。

<<建材家居就得这样卖>>

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>