

<<汽车销售人员超级口才训练>>

图书基本信息

书名：<<汽车销售人员超级口才训练>>

13位ISBN编号：9787115235671

10位ISBN编号：7115235678

出版时间：2010-8

出版时间：人民邮电

作者：陈姣

页数：285

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>

<<汽车销售人员超级口才训练>>

前言

好口才才能带来好业绩，好口才才能有效说服客户。

具备有效沟通技能、拥有好口才对于销售、客服人员来说尤为重要。

“莫萨营销沟通情景对话系列”图书旨在通过模拟沟通情景，引出沟通技巧，解决沟通问题，让销售、客服人员在轻松阅读中掌握沟通技能，提升沟通能力，打造超级口才。

“莫萨营销沟通情景对话系列”图书共计9本，包括《销售人员超级口才训练》、《电话销售人员超级口才训练》、《服装销售人员超级口才训练》、《导购促销人员超级口才训练》、《保险销售人员超级口才训练》、《房产销售人员超级口才训练》、《汽车销售人员超级口才训练》、《客服人员超级口才训练》、《物业管理人员超级口才训练》。

“莫萨营销沟通情景对话系列”图书分别从销售、客服两种工作入手，全-景模拟各类沟通情景，将沟通对话与技巧说明相结合，寓理于景。

本系列图书具有如下三大特点。

1.沟通技巧情景化模拟销售、客服工作中可能出现的情景，通过情景对话引出每一环节可能用到的沟通技巧，让读者快乐读对话，轻松学沟通。

2.问题解决情景化针对销售、客服工作中可能出现的沟通问题、客户异议等，通过情景对话展现问题解决之道，使读者从中学到沟通技能，掌握问题解决办法。

3.应对话术模板化在本系列部分图书中，我们总结了“万能话板”，以便于读者在实际情景中灵活套用。

本系列图书旨在成为销售、客服人员提升沟通能力的实务性手册。

<<汽车销售人员超级口才训练>>

内容概要

本书针对汽车销售过程中展厅接待、需求挖掘、车型推介、试乘试驾、异议拒绝的处理、客户的跟踪跟进、签约促成、售后服务和抱怨投诉处理的9个环节，通过83个情景展现了汽车销售人员与客户沟通时需要掌握的技巧和方法，是汽车销售人员提升沟通能力的实务工具书。

本书适合一线汽车销售人员、销售经理、培训师等使用，也可作为汽车销售人员沟通培训的教材，或作为汽车销售管理人员指导下属工作的参考书。

<<汽车销售人员超级口才训练>>

书籍目录

第1章 展厅寒暄初接近 情景1 客户在展厅门外犹豫徘徊 情景2 客户走进展厅内四处观望 情景3 客户直奔着一款车型而来 情景4 客户对销售人员爱理不理 情景5 客户表示只是随便看一看 情景6 客户开门见山地询问价格 情景7 客户考察之后又再度到访 情景8 老客户介绍的新客户来访 情景9 特殊客户须给予特殊关照 情景10 客户看了一圈后转身离开第2章 需求挖掘利成单 情景11 获取客户个人的信息资料 情景12 分析客户购车的主要原因 情景13 挖掘客户重点关注的因素 情景14 探询客户购车的预算计划 情景15 了解客户中意的理想车型 情景16 掌握客户购车的时间计划 情景17 理清购车的关键决策人物 情景18 判断客户的市场了解程度 情景19 升级客户的需求紧迫程度第3章 产品推介扣需求 情景20 如何进行展厅内静态演示 情景21 如何渲染汽车的特色卖点 情景22 如何激发客户的兴趣好奇 情景23 如何应答客户的产品疑问 情景24 如何向群体客户介绍汽车 情景25 如何评价竞争对手的车型 情景26 如何应对客户的低调反应第4章 试乘试驾增兴趣 情景27 客户拒绝试乘试驾的应对 情景28 安抚不宜试驾客户的情绪 情景29 试乘试驾之前的准备工作 情景30 起步之前的“热身”交流 情景31 把握时机强调汽车的特色 情景32 行驶途中细心提示及提醒 情景33 体验后积极征询客户评价第5章 异议处理用对法 情景34 我不是非常喜欢这一款车 情景35 我朋友觉得这款车不太好 情景36 我对你们车的质量不放心 情景37 你们品牌不是非常知名呀 情景38 我不太想购买国产品牌车 情景39 你们的车不错,但太贵了 情景40 我可负担不起这么贵的车 情景41 同样的车A店要便宜得多 情景42 同样的配置A车便宜多了 情景43 要是贬值了,你补我差价 情景44 我诚心想买,你打点折吧 情景45 赠品我不要,直接抵现金 情景46 便宜三千吧,不行就算了 情景47 老客户一点优惠都没有吗 情景48 我等你们降价后再来买 情景49 我要先和家人商量商量 情景50 我不着急买车再等等吧第6章 跟进联络要及时 情景51 客户拒绝不代表销售失败 情景52 做好个人的客户关系管理 情景53 设计能打动客户的开场白 情景54 找出阻碍成交的绊脚石 情景55 及时掌握客户选车的进程 情景56 吸引准客户再度光临赏驾 情景57 客户退车之后要及时跟进第7章 完美签单讲技巧 情景58 直接促成法 情景59 假设促成法 情景60 选择促成法 情景61 让步促成法 情景62 激将促成法 情景63 利益促成法 情景64 对比促成法 情景65 诱导促成法 情景66 实例促成法 情景67 从众促成法 情景68 紧张促成法 情景69 细节促成法 情景70 最后一问法 情景71 富兰克林法第8章 售后服务要做细 情景72 签约购车过程的注意事项 情景73 新车交付之前的准备工作 情景74 顺利验车交车的流程细节 情景75 客户提车后的回访与跟踪 情景76 超值服务赢取老客户忠诚 情景77 积极寻求老客户做转介绍第9章 抱怨投诉妥处理 情景78 交车延迟太久客户要退车 情景79 客户抱怨售后服务态度差 情景80 客户不满维修服务网点少 情景81 客户抱怨维修服务收费高 情景82 客户因质量问题要求退车 情景83 客户认为买贵了索偿差价附录 知识链接

<<汽车销售人员超级口才训练>>

章节摘录

插图：情景一：从产品出发——系统的六方位全面介绍法
汽车销售人员：（介绍车前部）张先生，您看，这款车是A品牌于去年年初推出的车型，它已经连续3个月跻身“月销万辆俱乐部”，是今年的十大畅销车型之一。

这款车延续了A品牌优雅稳重的风格，您看，宝石蓝尊贵雅致，车身线条精致流畅。

这就是A品牌的经典标志，不管您和爱车走到哪里，这都是您高贵和品位的象征。

（整体介绍，增加客户的兴趣和了解的欲望）
汽车销售人员：（介绍车前座）张先生，请您坐到驾驶座上。

（等客户落座后）您感觉舒适吗？

客户：这座椅挺舒服的。

汽车销售人员：这是带有电加热功能的真皮座椅，相信无论是您的朋友还是客户，坐进您的车都会感受到真皮独有的豪华和气派。

到冬天就更舒适了，想一想，很多人都不得不坐在冷冰冰的座椅上驾驶，而它却能为您驱散冬日的寒冷，带来更完美的驾驶体验。

这个座椅是可以调节的，平时您出差时想在车上歇一歇的时候，可以放平座椅，来上一曲轻音乐，安静、舒适地休息一会……

情景二：从需求出发——关键要素介绍法
汽车销售人员：张先生，在您看来，选车的时候最需要考虑什么呢？

客户：当然是安全性了。

汽车销售人员：您真是一个难得的理性人。

很多客户都只想着买一辆动力强悍，开起来风驰电掣的车，但事实上，安全才是第一位的，再刺激的驾驶快感也比不上安全来得重要。

我们这款车的安全保障可以说是同级别所有车型里配置最高的。

首先，它装配了六个安全气囊，前排的正侧面共有四个气囊，还有两个安全气帘，在撞击时能保护驾驶员和乘客的安全。

<<汽车销售人员超级口才训练>>

编辑推荐

《汽车销售人员超级口才训练:汽车销售人员与客户的83次沟通实例》：情景不同话不同，口到单来业绩增。

能听善问，掌握客户需求能讲会讲，讲出高效业绩情景对话，展示沟通技法练好口才，有效说服成单这样的情景你肯定遇到过……这样的沟通你是否尝试过……生动销售情景，实用的口才技巧不一样的沟通方法，不一样的销售业绩！

<<汽车销售人员超级口才训练>>

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>