

<<提问就是销售力>>

图书基本信息

## <<提问就是销售力>>

### 前言

下述观点你是否觉得很耳熟? 这个世界正以前所未有的速度加速运转, 因此, 作为销售人员, 我们必须学会适应新环境。

在如今这个年代, 客户们已不再喜欢花费过多的时间跟销售人员建立人际关系。

而是想以最快的速度、最便宜的价格买到最易于操作的服务方案。

科技革新已经完全改变了我们的世界, 当代的客户可以和全世界的公司有业务合作, 而无须聘用任何专业销售人员。

相反, 客户可以通过互联网获得最新信息, 另外, 那些成天给他们打电话的一大群销售也是不错的信息来源。

因此, 作为销售的你与其花费大力气试图与客户交朋友, 不如省略这一追求的过程, 直接向客户提供最好的方案——否则你将输掉每一笔生意! 我只能说, 这一陈述是会让人误入歧途的。

至于“我们的世界同20世纪80年代或50年代, 甚至是1900年的世界已大不相同”的观点, 更是荒诞可笑。

要知道, 戴尔·卡耐基完成其著作《人性的弱点》(How to Win Friends and Influence People)时是1938年, 而直到今日, 这本书仍是书店的图书之一!也许与20年前相比, 我们的技术已经有了很大的发展和变化, 但同我们有业务来往的人却没有变。

也许你最后会忘掉本书的所有内容, 但请你记住这一点: 不管在哪个年代, 人都只会是人! 回顾历史, 我们会发现, 每一代人都相信自己革新了世界。

在发明了汽车后, 人人都相信人类的生活和人际关系已被永远地改变了(发明了电力、电视机、飞机和计算机后, 情形亦是如此)。

人们相信, 汽车可以让人自由自在地旅行, 但远离了家庭和朋友, 这最终会导致人际关系的破裂。

然而最后呢?事情的结果是, 真实人际关系的重要性并未被削弱, 而且我认为永远也不会被削弱。

我怎敢下此断论?根据多年的销售和咨询经验, 我意识到有两种类型的人际关系: 表面的和实在的。表面的人际关系以天气、高尔夫以及其他无关痛痒的闲谈为标志; 这类型的关系以偶然的信息交换为基础, 缺乏实际深度。

举例来说, 你正在会见的客户正好同你是大学校友, 你们就大学的共同回忆聊了几分钟, 并在这一巧合上建立起联系, 但是这并不能改变你们之间的业务来往方式。

第二种类型的人际关系是实在的, 其标志是互惠互利。

在我公司举办的研讨会上, 我向前来参加会议的销售人员们提出了一个问题: 他们对“关系”一词作何理解。

## <<提问就是销售力>>

### 内容概要

销售人员每天都会遭遇到很多困难和障碍，比如，我进不了客户的办公室；潜在客户急着索求信息，但却迟迟不采取行动；客户表示他们重视服务，但又希望压低价格；我已经准备和对方签约，但出现突发状况，搞砸了一切；我好像每次都找错人。

要解决这些问题，销售人员就要学会正确的提问。

提问是推销成功最简单、又最快速的方式。

问对问题能帮你找出客户遭遇到了什么样的问题、他们的需求是什么，以及他们愿意为解决方案付出多少代价。

可是，你不能只靠问几个问题就指望会成交。你必须依照正确的顺序、问对问题。

《提问就是销售力》将教导你如何根据客户眼中的价值、而非价格，使用进阶提问技巧来销售你的产品，并提高你的成功率。

同时，《提问就是销售力》包含了大量有效的练习以及上百个问题范例。

## <<提问就是销售力>>

### 作者简介

保罗·切利 (Paul Cherry), 国际销售和领导力培训机构performance based results公司的总裁和首席执行官。  
他拥有20年销售、管理、高层管理和绩效改善战略经验。  
每年要教授5000多名销售专业人士提升自己的销售技巧。  
他的合作伙伴多达1200家, 其中包括强生、美国辉门、美敦力、穆迪公司、富国银行、壳牌石油等财富500强。

## <<提问就是销售力>>

### 书籍目录

引言

第1章 真正关心你的客户

第2章 用最短的时间建立信用度：多样性提问

不要简单地问“为什么”

做个隐形的观察者

客户决策时的价值取向

洞悉客户行业的竞争和趋势

第3章 远离虚幻的销售机遇：阐明式问题和判断性问题

你面对的是真正的客户吗

三步评价方程式

如何应对客户的典型回答

学会放弃

第4章 牢牢抓住客户的注意力：扩展式问题和比较式问题

做个真诚的倾听者

巧妙搜集正确的信息

不一定要和高层对话

第5章 做客户的商业伙伴：教育式问题

成为客户的情报员

提问的三个好时机

第6章 让真正的问题浮出水面：锁定式问题和影响式问题

抓住客户对话中的关键词

不要让客户觉得像在受讯

量化客户的问题

引导客户发现改变的必要性

第7章 使客户对合作充满期待：愿景式问题

发现客户的隐性需求

与客户畅想未来

最后的补救措施

第8章 破解客户的拒绝和拖延战术：与其假设，不如直接提问

销售员常犯的错误

拖延战术背后的动机

破除障碍的四步方程式

四步方程式的实际应用

第9章 提问就是销售力

结语 让你的业绩最大化

附录A 把钱算清楚：如何创造价值以使价格不再是问题

附录B 巧妙使用语音信箱和电子邮箱

附录C 实际应用

## <<提问就是销售力>>

### 章节摘录

版权页：插图：这些词语和其他类似的词语都是客户的需求未能完全得到满足的标志，也是有机会发现客户的担忧以及解决方法的标志。

这些词语几乎都透露了客户的情感，象征着此处有问题待解决。

在认出了这些词语，并用锁定式提问方式发现问题后，你就可以以问题解决者的身份挺身而出。

客户会因为你找出了问题并帮助制定解决方案而感激你的。

和教育式问题的情形类似，锁定式问题也会让客户将你视为有价值的商业伙伴，而非某个只会推销产品或服务的“售货郎”。

客户在谈话中的另一些词汇也可被“锁定”，并能转化成很好的锁定式问题。

比如说“我”和“我们”。

也许这看起来很明显，但是每次当客户用到“我们”等复数词时，你就应该知道这不只有一个决策者，或是不只有一个人在关注这个问题。

这些复数词都是可以被很好“锁定”的词。

比如，你可以这样问：“我发现你提到了‘我们’，那么除了你之外，还有谁也在努力处理这个问题？”

成功使用锁定式问题的秘诀是，仔细聆听客户说的话，然后在提出的问题中使用他们使用过的词语。

## <<提问就是销售力>>

### 编辑推荐

《提问就是销售力:用问题探寻客户的真正需求》：远离虚幻的销售机遇，探寻客户的真正需求和对未来的期望，吸引潜在客户的注意力，成为客户亲密的商业伙伴，开拓多个与客户展开讨论的途径，掌控对话的方向，激发客户的斗志，坚定他改变现状的决心。  
成功销售最简单最有效的方法就是提问。  
轻松攻克客户的拒绝态度和拖延战术。

<<提问就是销售力>>

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>