

<<三天学会销售礼仪与口才>>

图书基本信息

书名：<<三天学会销售礼仪与口才>>

13位ISBN编号：9787509337233

10位ISBN编号：7509337232

出版时间：2012-6

出版时间：中国法制出版社

作者：销售老兵

页数：270

字数：218000

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>

<<三天学会销售礼仪与口才>>

前言

心理学研究证明：人际交往中的实际效果，只有约20%的部分由语言决定，而另外约80%的部分则是由人的举止、动作、姿势、体态等礼仪决定的。

所以，在本书的上篇中，从销售人员的服饰与修饰礼仪、形体与体态礼仪、语态礼仪、电话礼仪、拜访礼仪、接待礼仪、宴请与涉外礼仪等7个方面，对销售礼仪做了翔实而专业的阐释，因为这是一个优秀的销售人员必须要具备的前提素质。

掌握了基本的销售礼仪，本书在下篇中详细阐述了销售口才与技巧的锤炼妙招。

教你学会如何拿捏销售语言，如何把握好“多”与“少”法则：技巧1：有经验的销售员都会以寒暄作为开始的第一步，这往往是屡试不爽的好办法。

没有人愿意一见面就接受你的产品介绍，所以多用寒暄、少用介绍是最好的切入点。

技巧2：任何人都希望被肯定，即使是一些无关紧要的事情或者明知对方讲的是奉承话，心中还是会暗自高兴，只要把握好这个人性的弱点，就能快速达成销售目的。

因此要，多用肯定，少用否定。

技巧3：尊重会让一个人感动，销售人员应该学会站在别人的立场上去思考问题，把整个谈话环境的重心放在别人身上。

多为别人考虑是销售人员的天赋和使命，“客户就是上帝”，虽然你不把自己当重心，但是实际上你心里却清楚一切，主动权依然在你手上。

所以，开始学会多用“您”，少用“我”。

技巧4：莎士比亚说过：“为一件过失辩解，往往使这过失显得格格外重大，正像用布块缝补一个小小的窟窿眼儿，反而欲盖弥彰一样。

”所以，你在要准备这么做之前，一定要反复思量，这样做的结果会不会适得其反？

多引导，少解释，无疑是最高明的销售技巧。

技巧5：与其你一个人滔滔不绝地介绍产品，不如让客户也参与到产品的讨论中，多用问话，学会倾听，才不会造成唱独角戏和冷场的状况。

同时，本书也教你学会一个优秀的销售人员应该具备怎样的心态。

原一平说过：“一个优秀的销售人员决不会以卖弄他的口舌和手腕去欺骗客户，因为这样是不会实现长久成功的。

只有以诚实的态度和恳切的心情去与客户打交道，他的销售工作才会有持续的、伟大的进步。

”当然，本书还教你学会如何销售自我，如何与客户沟通。

日本专家曾作过一次调查，结果表明70%的顾客没有什么真正明确的拒绝理由，只是泛泛地反感推销员的打扰，对销售人员本人产生怀疑和恐惧，进而对其带来的商品也产生疑虑。

因此，销售人员在推销商品之前，要先推销自己。

促成交易的产品介绍技巧对于销售产品尤为重要，索尼创始人盛田昭夫说过：“仅有独特的技术生产出独特的产品，事业是不能成功的，更重要的是产品的销售。

”最终要签单了！

这是销售过程中最重要的一环，之前的所有工作都是铺垫。

经历了重重的准备，自我锤炼，熟悉产品，介绍产品，试用产品，到这个环节，客户终于要签单了！那么如何来打赢销售签单这场保卫战呢？

在这个过程中你可能会遇到爱比较的客户，那是因为货比三家是任何一个消费者都有的权利，再多些技巧和耐心，就可能成功签单。

当然你也会遇到有异议的客户，客户对你在展示过程中的说法提出的不赞同、反对、置疑等都叫拒绝，这些被统称为客户的异议。

据《美国百科全书》的统计，推销员每达成一笔生意平均要受到179次拒绝。

你需要通过实际演示、销售经历或口碑效应等方式进行说服，以此来证明你的产品定价合理，从而打消顾客对产品的顾虑。

按照顾客心理分析，一般的顾客，不管你的产品好还是不好，在购买之前，都会对你的产品产生质

<<三天学会销售礼仪与口才>>

疑。

研究表明，当客户有质疑时，销售成功率为66%，销售再商议为14%，销售失败率为20%，而当客户没有质疑时，销售成功率为54%，销售再商议21%，销售失败率为25%。

顾客提出产品质疑，就表明对销售陈述有兴趣。

甚至，和顾客做了很愉快的销售面谈后，你发现顾客没有给你任何回复，打去电话才知道，他已经选择了其他产品。

当顾客已经对你说“不”了，作为销售人员的你，应该怎么办呢？

更有甚者，客户还会提出“过分”要求。

面对这种“过分”要求，如果只知道一味迎合，竭尽全力去满足，会使销售人员陷入非常被动的境地。

因此，作为销售人员，不要一味地主动迎合，想尽一切办法去满足客户。

面对这种情况，首先要做的就是分析出问题所在，想办法降低客户的需求，这样才能找到相应的解决办法。

综上所述，以上种种，都是考验我们销售口才与技巧的实战阶段。

成功推销的秘诀之一就是80%使用耳朵，20%使用嘴巴。

此外，乔·吉拉德说过：“真正的销售始于售后。

我相信推销活动真正的开始是在成交之后，而不是之前。

”销售工作很多时候不会在一次拜访客户的时候就完成，经常需要一访、二访乃至更多次访问，甚至在销售完成之后也要进行回访。

有调查表明，有高达68%的老客户是因为他们的需求得不到关注、抱怨得不到处理而流失的。

因此，即使你最终签单了，仍可能发生以下状况： 1.订单丢失。

常发生于服务不到位，跟踪不到位或者竞争对手过于强大等情况，甚至客户本身的变动也会引起订单的丢失，比如客户往往因为换了新的主管而更换业务公司’。

不管是哪种类型的订单丢失、客户丢失，销售人员首先要分析原因，然后主动进行再次销售，才能赢回客户，赢得订单。

2.东西销售出去了，钱收不回来。

销售行业中常说：“没有回款的生意不叫生意，叫义务运输。

”大家都知道，现在生意很好做，但是钱太难收。

所以，催款的口才与技巧也是销售人员的必备技能。

3.客户投诉。

售后服务是销售成败的至关重要的环节，如果连投诉都处理不好，那一定不是一个合格的销售人员。

4.只销售出去了一件产品。

客户回款回来了，销售工作就结束了吗？

No！

成交之后，不应把顾客置于脑后，而应继续关心他们，并恰当地表示出来。

销售之后的关系维护和人脉构建是至关重要的，但这个细节却往往容易被一般的销售人员忽略掉。

<<三天学会销售礼仪与口才>>

内容概要

心理学研究证明，人际交往中的实际效果，只有约20%的部分由语言决定，而另外约80%的部分则是由人的举止、动作、姿势、体态等礼仪决定的。

所以，《三天学会销售礼仪与口才》的上篇从销售人员的服饰与修饰礼仪、形体与体态礼仪、语态礼仪、电话礼仪、拜访礼仪、接待礼仪、宴请与涉外礼仪等方面，对销售礼仪做了翔实而专业的阐释。

成功推销的秘诀之一就是80%使用耳朵，20%使用嘴巴。

《三天学会销售礼仪与口才》的下篇从销售语言的多与少法则、必备的销售心态、销售自我与客户沟通的口才、促成交易的产品介绍口才、销售实战口才、售后与投诉处理口才等方面，对销售口才做了细致而实用的分析。

本书由销售老兵著。

<<三天学会销售礼仪与口才>>

书籍目录

上篇：销售礼仪

第一章 销售人员的服饰与修饰礼仪

女士修饰礼仪

套裙礼仪

男士修饰礼仪

西装礼仪

领带礼仪

第二章 销售人员的形体与体态礼仪

形体礼仪

微笑礼仪

眼神礼仪

手势礼仪

第三章 销售人员的语态礼仪

倾听礼仪

谈吐礼仪

开场白礼仪

致谢致歉礼仪

赞赏礼仪

第四章 销售人员的电话礼仪

打电话礼仪

接电话礼仪

电话转接礼仪

手机使用礼仪

第五章 销售人员的拜访礼仪

拜访礼仪

握手礼仪

介绍礼仪

称呼礼仪

名片礼仪

第六章 销售人员的接待礼仪

接待礼仪

乘车礼仪

电梯礼仪

公共礼仪

第七章 销售人员的宴请与涉外礼仪

宴请与点菜礼仪

用餐与用茶礼仪

喝酒与劝酒礼仪

涉外送礼与交往礼仪

小费礼仪

下篇：销售口才与技巧

第八章 销售语言的“多”与“少”法则

多用寒暄，少用介绍

多用肯定，少用否定

多用“您”，少用“我”

<<三天学会销售礼仪与口才>>

多用引导，少做解释

多用问话，学会倾听

第九章 必备的销售心态

勇敢主动：走出“不善言辞”的怪圈

幽默心态：让客户开怀一笑

积极心态：应对客户“点炮”

机智敏捷：应对刁钻问题，不中圈套

随机应变：化解尴尬，给自己台阶下

第十章 销售自我与客户沟通的口才

用心与客户沟通

让客户信任的开场白

自我销售的技巧与口才

迅速吸引客户的注意力

激发及保持客户兴趣

第十一章 促成交易的产品介绍口才

了解客户情况

调动客户的想象力

介绍产品

亲自试用产品

促成交易

第十二章 要签单了！

销售实战口才

面对顾客比较的销售口才

面对顾客异议的销售口才

面对顾客质疑的销售口才

面对顾客砍价的销售口才

面对顾客说“不”的销售口才

面对顾客不合理要求的销售口才

第十三章 售后与投诉处理口才

找回丢失的订单

把钱收回来

解决客户投诉

构建销售人脉

<<三天学会销售礼仪与口才>>

章节摘录

版权页：在穿套裙时，必须依照其常规的穿着方法，将其认真穿好，令其处处到位。尤其要注意：上衣的领子要完全翻好，衣袋的盖子要拉出来盖住衣袋；不允许将上衣披在身上，或者搭在身上，裙子要穿得端端正正，需要上下对齐之处务必对齐。

按照规矩，在工作场合穿套裙时，上衣的衣扣需要全部系上。不允许将其部分或全部解开，更不允许当着别人的面随便将上衣脱下来。

因此，在上班之前，一定要抽出一点时间仔细地检查一下自己所穿的衣裙的纽扣是否系好、拉锁是否拉好。

在大庭广众之下，如果上衣的衣扣系得有所遗漏，或者裙子的拉锁忘记拉上、稍稍滑开一些，都会令着装者陷入不必要的尴尬之中。

穿着套裙时，搭配的鞋子最好是大小适中的牛皮鞋。

黑色皮鞋是搭配套裙的常规颜色，其他颜色的皮鞋应当与套裙的颜色一致。

袜子通常是尼龙丝袜、羊毛高统袜或者连裤袜。

袜子的颜色应当为单色，肉色、黑色、浅灰色、浅棕色等几种常规颜色可供选择。

丝袜的长度应当高于裙子的下摆，袜口没人裙内。

穿着套裙应当兼顾举止。

虽说套裙最能够体现女性的柔美曲线，但着装者举止不雅，在穿套裙时对个人的仪态毫无顾忌，听任自己肆意而为，就无法将套裙自身的美感表现出来。

穿上套裙之后，女士要站得又稳又正，不可以双腿叉开，站得东倒西歪，或是随时倚墙靠壁而立。

就座以后，务必注意姿态，切勿双腿分开过大，或是翘起一条腿来，脚尖抖动不已，更不可以脚尖挑鞋直晃，甚至当众脱下鞋来。

一套剪裁合身或稍为紧身一些的套裙，在行走之时或取放东西时，有可能对着装者产生一定程度的制约。

由于裙摆所限，穿套装者走路时不能够大步流星地行走，而只宜以小碎步疾行。

行进之中，步子以轻、稳为佳，不可走得“咚咚”直响。

需要去取某物时，若其与自己相距较远，可请他人相助，千万不要逞强，尤其是不要踮起脚尖、伸胳膊费力地去够，或是俯身、探头去拿，以免使套裙因此而忽然开裂。

总而言之，女销售员着装一定要“适合”周围的环境、工作性质，适合个人的相貌、气质、身材。既不能过分地追求性感、前卫、新潮，也不需要过分保守和呆板。

既要大方得体，又要舒适、便于行动，要体现出自己的职业身份和专业素质。

把新潮的时装、性感的超短裙穿进办公室，当然是不适合的，这会引来男同事的猜测，也会使女同事产生排斥心理。

但也没有必要天天套装、窄裙、千篇一律的制服，把女性的青春活力、身材气质包裹起来，给人以硬梆梆、死气沉沉的感觉，失去个性和优势。

因此，办公室的女性着装在款式上可以不必过于拘泥，颜色上也可以选较为鲜明一点的宝蓝、翠绿、亮橘、鹅黄等，这些鲜艳的色彩不仅不会带给同事或客户不稳重的感觉，反而能增添女性的青春活力。

。

<<三天学会销售礼仪与口才>>

编辑推荐

《三天学会销售礼仪与口才》讲述了人际交往中的实际效果，只有约20%的部分由语言决定，而另外约80%的部分则是由人的举止、动作、姿势、体态等礼仪决定的。

<<三天学会销售礼仪与口才>>

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>