

<<绝对成交的销售话术>>

图书基本信息

书名：<<绝对成交的销售话术>>

13位ISBN编号：9787545405330

10位ISBN编号：7545405331

出版时间：2010-9

出版时间：广东经济

作者：张潜

页数：150

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>

<<绝对成交的销售话术>>

内容概要

你是否计算过，有多少次你花了许多时间进行说服后，对方却告诉你“不要再说了，我完全没兴趣”、“我很喜欢。”但是我必须去问……”或是客户和你互动良久，你都以为彼此是生死至交了，对方却问你：“你刚刚说要推荐给我什么？”这些回答保证让你无语问苍天。

说不定还在心里暗暗埋怨客户：“既然不想买或根本不能决定能不能买，为什么不早说！”又或者当客户进门，你笑脸迎人地走上前去，结果原本认真看着产品的客户居然落荒而逃，甚至赏你白眼，让你忍不住在心里嘀咕：“怎么尽是遇到一些怪人……”当你总是因对方的这种拒绝或莫名动作而浮现这些想法时。

那么确定你将会很需要这本书。

<<绝对成交的销售话术>>

作者简介

张潜，行销管理专业顾问。

曾任管公司业务经理、公关室对外发言人，现任国际管理顾问公司特约企划，对公共关系及人际心理有深入的研究，以独特的（读心术）、（识人术）累积了众多人脉和财富，并借由丰富的业务、公关经验，归纳发展出一套拓展人脉的方法，让更多人了解“识人”是事业成功的不二法门。

著作：《公关专家不告诉你的人际厚黑学》、《公关专家不告诉你的读心术》、《说话致富》。

<<绝对成交的销售话术>>

书籍目录

作者序 先掌握关键人物，才能活用关键话术Chapter 1 GET法则让Key—man无所遁形 一、找对人，才有生意做 二、切记：提出需求的人≠Key—man 三、用GET，法则，找出Key—man G—Going（行为） E—Eye（视线） T—Talk（交谈） 四、强弱势判定与GET法则缺一不可 五、Key—man六大类型 驾驭型的人 反复型的人 冲动型的人 演说型的人 逻辑型的人 受宠型的人Chapter 2 GET法则的实战运用 一、想说服驾驭型的人，就要以他为尊 把利益摆在眼前 适时适量地恭维 说太多还不如让客户自己问 要解决问题，不要制造问题 先附和，才有下一步 “我会考虑”代表他们已经让步 不要先假设你能说服他 二、反复型的人最怕没有参考答案 最好给确定答案 选择太多，烦恼也多 他们的重点总在最后才出现 偶尔威胁效率更高 多谈点事实，少说点假设 “根据统计数据”是魔术术语 三、冲动型的人只担心你不给 “有便宜可捡”是最大动力 打5折不如买一送一 他们喜欢和你闲话家常 别说得太复杂，他们只会直线思考 拒绝，你将得到更好的结果 说明愈久，他们就愈讨厌你 四、引起演说型的人的好感，凡事都顺利 赞美的话要夸张地说 别提任何期限和特价 问他“你准备怎么做”，加强他的购买需求 让他感觉自己很重要 愈多人在场，销售会愈好 创造商品稀有性 复述他的“演说重点”，就能刺激他的购买欲 五、逻辑型的人希望你比他偏执 只要你说的合理，逻辑型客户就会为你找理由 永远别自称是专家 你得制造错误，他们才会往下跳 如果你逻辑性比他强 利用神奇的广告 他们不小气，只是习惯精打细算 表现太殷勤，对彼此都没好处 逻辑型客户总会得出负面结论 六、受宠型的人是你的最佳筹码 你让他有好感，他就会帮你说服 说明时留点问号，让他们想知道 不只是销售，还要制造“拥有后”的画面 制造诱饵而不是手铐 “免费”是最好的销售武器 出钱的老大也得听他们的话Chapter 3 使用GET法则九要点 一、让自己容易被看透，客户才会信任你 愈神秘，愈没说服力 用这些动作说服客户 二、品牌不能搞定一切，除非你就是品牌 你的独特性在哪里 强调产品特色，而不是品牌 三、轻易到手的情报会害死你 四、有好工具还要配合想象力 画地自限，让你失去竞争力 每句话都有不同说法 五、计算效益前要先用对公式 灵活使用各种销售公式 拍错马屁的事不要做 六、把话说清楚是你的责任 七、别吝惜替对手擦招牌 给客户压力，等于拒绝下一次生意 以怨报怨者是利润终结者 八、反击不是最佳防御，自嘲才是 九、抗拒也是一种回应，就看你怎么解读 穷追猛打没有效率 为什么不要

<<绝对成交的销售话术>>

章节摘录

我之所以会这么建议，是因为冲动型客户虽然很有行动力、看起来很积极，但内心并不像他们表现那这么强悍。

他们在与人相处上，其实是略带点自卑的，当他们不确定对方会不会想要和他们拉近距离时，就会产生退缩心理。

这时如果你主动而且友善地和他们谈起日常生活，他们会“确定”你对他们有好感。

而且乐于对你回报同等的善意，如果可以，他们会很认真地想和你做朋友。

可能有人会说，难道“友善的单纯推销”不行吗？

一定要提到私人事项吗？

我恐怕必须点头说是。

在冲动型的客户心里，能否谈到“私人事项”，就是销售员和朋友的分界线。

如果你觉得反正也只见一次面而已，无所谓。

那我会告诉你：他们会向销售人员买东西，但这些东西通常是朋友推荐的；他们对销售人员通常是严苛的，但对朋友则非常友善；买到不喜欢的东西，他们会退销售人员的货，但如果这是朋友介绍的，他们会请朋友再推荐另一样；他们很难对销售人员予以信任。

但只要是朋友说的通常会照单全收；而且，他们喜欢和朋友谈话，胜于听销售人员介绍。

所以，事情其实很简单，多和冲动型客户们态度诚恳地聊聊天气、聊聊运动、聊聊旅行……你将发现，他们隔三差五就会来光顾你！

.....

<<绝对成交的销售话术>>

编辑推荐

销售人员必懂的GET销售法则 找对人，说对话，才有生意做 销售就像挖宝，GET法则就是销售中的挖掘器 掌握关键人物，才能活用绝对成交的销售话术 驾驭型 适时适量地恭维把利益摆在眼前 说太多还不如让客户自己问 “我会考虑”代表他们已经让步 演说型 赞美的话要夸张地说 别提任何期限和特价 复述他的“演说重点”，就能刺激他的购买欲 愈多人在场，销售会愈好 反复型 选择太多，烦恼也多 偶尔威胁效率更高 “根据统计数据”是魔术术语 多谈点事实，少说点假设 逻辑型 他们不小气，只是习惯精打细算 表现太殷勤，对彼此都没好处 你得制造错误，他们才会往下跳 永远别自称是专家 冲动型 “有便宜可捡”是最大动力 别说得太复杂，他们只会直线思考 打5折不如买一送一 拒绝，你将得到更好的结果 受宠型 “免费”是最好的销售武器 制造诱饵而不是手铐 不只是销售，还要制造“拥有后”的画面 出钱的老大也得听他们的话

<<绝对成交的销售话术>>

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>