

# 汽车销售人员超级口才训练



[汽车销售人员超级口才训练\\_下载链接1\\_](#)

著者:陈姣

出版者:人民邮电

出版时间:2010-8

装帧:

isbn:9787115235671

《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》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。

《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》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。

作者介绍:

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  
· · · · · (收起)

[汽车销售人员超级口才训练\\_下载链接1](#)

标签

汽车销售人员口才训练

汽车销售人员超级口才训练

汽车

汽车销售技巧

汽车销售

woyds

00

0

评论

非常棒，值得一看，就是我没记下来。。。哎

-----  
挺不错，学到不少知识，赞

-----  
[汽车销售人员超级口才训练\\_下载链接1](#)

书评

-----

[汽车销售人员超级口才训练\\_下载链接1](#)