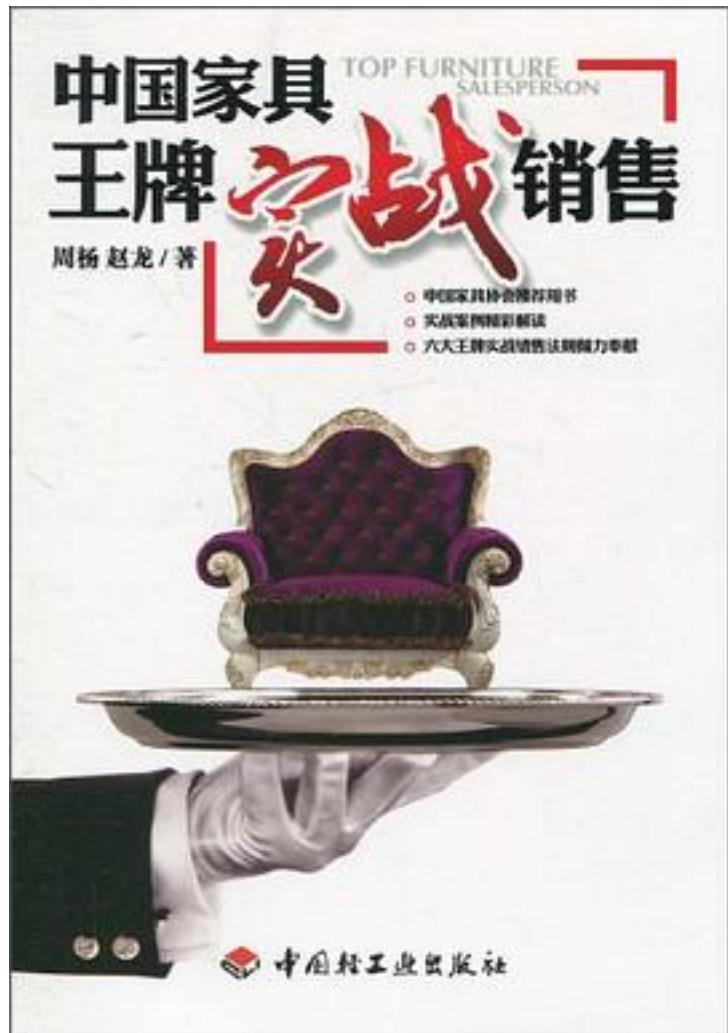


# 中国家具王牌实战销售



[中国家具王牌实战销售\\_下载链接1](#)

著者:周杨//赵龙

出版者:轻工

出版时间:2010-8

装帧:

isbn:9787501977345

《中国家具王牌实战销售》在第一部分我们加入了四型人格理论，以四型人格分析导购

性格，使每位导购都能找到自己的定位；第二部分“掌握话术打动顾客”改编自训练营中受欢迎的课程，从进门话术到引导购买话术全程解开王牌销售奥秘；第三部分是《中国家具王牌实战销售》的重点，相信“王牌实战销售法则”中的六大法则会成为你制胜的法宝，再加以应对情境解读，让你轻松学习；第四部分关键时刻的关键沟通中加入了大量生动的实战案例。

作者介绍：

华北电力大学人文学院广告学讲师，华中科技大学新闻与传播学院博士生，资深广告专家、市场调研专家。

著有《情境终端》、《咨询学》、《品牌学》、《广告调查》等著作。并发表《中国家具行业新一轮营销提速》、《曲美，品牌动力新鲜解读》、《中国广告发展与改革》、《品牌延伸全新法则》等20多篇论文。

服务客户包括中国家俱CBD、中国原点新城、欧亚达家居、宜华木业、曲美家具、蓝鸟家具、百强家具、双叶家具、华日家具、哥伦威尔、列维士、圣奥集团、四海集团、青岛良木、华鹤木门、欧德森板材、大连獐子岛渔业、常熟千仞岗制衣、广东美林地产、五粮液集团等。

资深品牌营销专家、中国家具协会培训部副主任、北京国富纵横国际·AST商学院院长、北京国富纵横管理咨询有限公司总裁、中国策划院副院长、华中科技大学兼职教授、中国管理科学学会咨询委员会委员、中国广告协会评审委员会成员。2000年荣获首届中国杰出营销人金鼎奖“杰出企划经理”，2004年荣获“中国十大杰出策划师”，2006年获国际管理咨询协会(ICMCI)在中国首批认证的国际管理咨询师，2008年被世界500强威士伯(油漆)集团聘为高级顾问。中央电视台建材家具行业高峰论坛特邀嘉宾，清华大学家具行业总裁高级培训班客座教授。

授课企业包括全友、曲美、华润、红星·美凯龙、双叶、华日、联邦、圣奥、华鹤、芝华士、四海、兴利尊典、康耐登、左右、蓝鸟、强力、百强、列维士等。

目录：第1部分 你适合卖家具吗？——人人能当销售冠军！1 性格鲜果测试

(1)香蕉型：家具卖场的智慧果 (2)荔枝型：家具卖场的艺术家  
(3)橘子型：家具卖场的阳光天使 (4)红苹果型：家具卖场的实干先锋  
(5)芒果型：家具卖场的自信使者 (6)西瓜型：家具卖场的亲和使者  
(7)紫葡萄型：家具卖场的乐天派 (8)樱桃型：家具卖场的感性精灵  
(9)菠萝型：家具卖场的逻辑高手2 四型导购自我认知

和平型导购(P型)：放松随和、知足常乐 力量型导购(C型)：自信果断、天生的领导

活泼型导购(S型)：天性活泼、能说会道 完美型导购(M型)：细致严谨、完美主义3

王牌销售必备性格与素养 王牌销售职业性格 王牌销售必备素养4 从导购成为王牌销售

早起的鸟儿有虫吃 多一份执着 每天进步一点点 笑容可以增加你的“面值”

热爱自己的职业 成为王牌销售的三个阶梯第2部分 行家销售才能打动顾客

——成为王牌销售的准备阶段1 死记硬背法，让你成为产品专家

成为产品专家的三步法2 找准竞争对手，了解竞争对手 判断是否竞争对手的主要因素  
了解竞争对手的情况 获得竞争对手资料的方法3 如何面对顾客的比较

主动比较，突出优势 人无我有，强调独特 以情动人法

如何通过与非竞争对手的比较促进销售4 掌握话术打动顾客

话术特点：模式化、精简化、优势化、时间化 导购应掌握的话术分类

如何学习终端话术第3部分 让顾客跟着你走 ——成为王牌销售的加强阶段1

洞察顾客心理，按下消费“按钮”“三怕三想”，揭开顾客购买家具的心态

顾客心理大盘点 顾客需要什么就卖给他什么 最佳目标：瞄准两个高峰人群2

掌握销售礼仪留下第一印象 在迎宾阶段，家具导购利用形象礼仪打开顾客心扉

在家具销售过程中，家具导购利用行为规范留住顾客3  
三位五步沟通法——巧妙接近顾客 沟通入位法五步沟通一笑\二看\三听\四问\五赞  
沟通体位法30秒你给顾客留下什么 沟通定位法角色定位永远站在顾客一边4  
王牌实战销售法则 开口、开窍、开心法则  
应对情境：顾客说“我只是随便看看，不用跟着我” 主导顾客辨别法则  
应对情境：夫妻俩选中不同的沙发 品牌热情法则  
应对情境：顾客说“这个牌子怎么没听说过，不知道” 价格亮剑法则  
应对情境：顾客开门见山问价格 心理博弈法则  
应对情境：顾客说“今天要能给我打8折，我就定” 赠品价值法则  
应对情境：顾客说“赠品我就不要了，能不能多给我打点儿折” 第4部分 给成功做加法  
——成为王牌销售的终极阶段1 “6-1=0” ——家具销售关键时刻一个也不能少  
最简单的事情往往是最难做的事情 家具销售关键时刻一：顾客经过店门的那一刻  
站着不动永远赚不到钱 家具销售关键时刻二：接近顾客的关键时刻  
三天后顾客还记得你吗？ 家具销售关键时刻三：顾客了解家具的时刻 别做糊涂的鳄鱼  
家具销售关键时刻四：顾客重复认知的时刻 一片鹅毛的力量  
家具销售关键时刻五：销售成交时刻 一个详细的记录+三个有效的电话=二十五笔交易  
家具销售关键时刻六：成交之后2 如何面对突发难题，销售冠军化险为夷  
顾客挑出产品毛病 “问题顾客” 捣乱 顾客对家具款式和颜色提不起兴趣  
顾客觉得价格高3 环境转换：商场销售与专卖店销售 商场顾客PK专卖店顾客  
商场“三板斧”VS专卖店“三要诀” 导购就是企业形象代言人第5部分  
知识有“库存”，销售无库存——你必须知道的家具知识1  
家具基础知识，你的立足之本 熟知家具的种类 熟知每种木材的特点  
熟知不同家具的保养方法2 注重家具摆放，练好“杀手锏” 家具卖场摆放  
家具室内摆放 家具摆放风水要点3 提升家居品位，打出“组合拳” 熟知家具风格  
了解色彩搭配  
· · · · · (收起)

[中国家具王牌实战销售](#) [下载链接1](#)

标签

家具

中国家具王牌销售

销售

评论

在家具类，这本算是编的不错的了。

[中国家具王牌实战销售 下载链接1](#)

书评

[中国家具王牌实战销售 下载链接1](#)