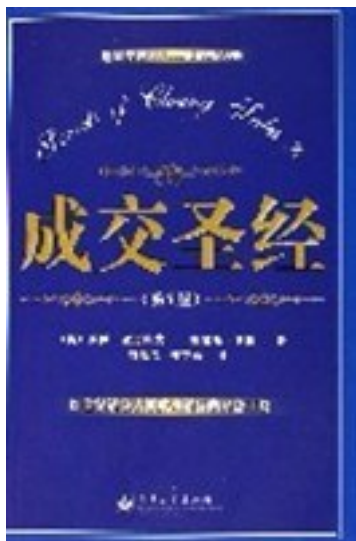


成交圣经



[成交圣经_下载链接1](#)

著者:陈龙

出版者:中华工商联合出版社有限责任公司

出版时间:2010-9

装帧:平

isbn:9787802495531

没有成交，何谈销售？成交是营销的结果，销售员永远要牢记：成交才是硬道理。高效成交，并非无章可循，读透《成交圣经:破解成交难题8大密码》，或许您可以少走五年、十年弯路。作者以营销学为理论基础，在销售实战案例的基础上，旁征博引，提炼出八大快速成交攻略：首先成交自己——先交朋友再谈生意，摸清客户底细——为高效成交打基础，轻松化解拒绝——拒绝只是客户的习惯，异议并不可怕——成交的前兆就是异议，洞悉客户心理——读懂心理才能成交，确立谈判优势——在与客户博弈中取胜，别被价格左右——让成交变得顺理成章，销售在成交后——成交结束≠销售结束。在每条攻略下面，《成交圣经:破解成交难题8大密码》又细分出八九条成交的方法与技巧，均有理有据，理论与实践相得益彰，说理透彻，个例鲜明，一共66招成交诀窍，为您揭开成交成功的66条鲜为人知的秘密，招招精彩，可达一招致胜的效果。《成交圣经:破解成交难题8大密码》在每节的最后精辟地总结了每一种方法的成交经验，帮助读者轻松掌握成交诀窍。不论您是营销大师，还是推销新卒；不论您是商界大亨，还是公司菜鸟，《成交圣经:破解成交难题8大密码》值得您一读，它秉承结果为导向的积极精神，却懂得心平气和、厚积薄发，教会您如何有条不紊地攻克重重难关。最终成交！

作者介绍:

陈 龙

经济学硕士，员工职业化培训讲师。时代光华教育集团总部首批认证内部培训师，香港光华管理学院特聘员工训练讲师，PTT培训认证讲师、中国培训行业联合会会员。中国保健协会特聘讲师、清华大学保健品行业总裁班特聘讲师、北京海淀企培中心特聘讲师、天津市劳动局企业培训特聘讲师、湖北卫视职业指南频道特聘讲师、SOHU职场一言堂特聘讲师。

拥有十余年的企业管理经验，现任和君智业管理顾问有限公司副总经理、高级培训师，曾任北京时代光华教育发展有限公司课程研发部门首席顾问、培训认证中心负责人；北京智启动力管理咨询有限公司培训总监、慧商斯威财务管理顾问（北京）有限公司总经理等职。

陈老师擅长于员工职业化、基本管理技能、终端店面销售、销售人员心态训练等培训，将本人多年的知识凝练和团队管理经验运用在课程当中，授课中注重启发及技能传授的相互结合，以显著的培训效果被广大学员所赞誉。授课风格上讲求“道”与“术”的统一，使学员易于理解及体会，让学员在思想上得到升华的同时在行动上得以提高。

培训和服务过的企业有：胜利油田、高等教育出版社、陕西神东电力公司、中国联通、中国电信重庆公司、山东万达通宝轮胎、江苏国泰亿达实业、山东太平人寿、山东海科集团、航天三院、杭州易泰达科技、北京知鸟集团、北京九思易科技、北京海淀企培中心、永业集团、咸宁供电公司、杭州金海岸、北京邦格广告、连邦软件总部、北京普源精电、中化集团宁波公司、南通通光科技、北京蒙太因医疗器械集团、马应龙药业、中国医药集团、润都医药集团、深圳发展银行、广东发展银行、美颂雅庭装饰、新明珠集团、峨眉金陶瓷业、红苹果家具、意风家具、时尚坊家具、域之高家具、铟琦诚家具、紫明星家具……（不一一例举）等多家企业，广受好评。

目录: 第一章 首先成交自己——先交朋友再谈生意 4

1. 销售的不是产品，而是自己 4
2. 你要坚信：销售是最好的工作 5
3. 让客户相信你，更要让客户喜欢你 6
4. 寻找共同话题，深入交谈 8
5. 以良好的心态对待客户 10
6. 幽默，为你的魅力值加分 12
7. 巧妙赞美，但不过火 13
8. 你的礼仪价值百万 15
9. 诚信是你最大的资本 16

第二章 摸清客户底细——为高效成交打基础 18

1. 了解你的客户一定要深入 18
2. 客户信息越详细，成交几率越大 19
3. 挖掘客户的真正需求 21
4. 找准目标客户，你会事半功倍 22
5. 了解客户的负面情绪 24
6. 区分客户角色 26
7. 找到拥有决策权的客户 28
8. 细心观察客户的反应 29
9. 设法调查客户不成交的真相 31

第三章 轻松化解拒绝——拒绝只是客户的习惯 33

1. 遭遇“闭门羹”并不可怕 33

2. 被客户拒绝并非坏事	34
3. 不做滔滔不绝的“独白者”	35
4. 真诚的态度能化解拒绝	37
5. 让客户参与到你的销售中来	39
6. 发现客户的兴趣点	40
7. 使用一切帮手	42
8. 清楚客户对产品的期望	43
第四章 异议并不可怕——成交的前兆就是异议	45
1. 消除客户心中疑虑	45
2. 处理异议的七个步骤	46
3. 弄清楚客户拒绝的理由	48
4. 不同的拒绝，不同的应对	50
5. 巧妙地反对也会赢得客户	51
6. “反攻为守”应对客户的异议	53
7. 争辩，不是解决异议的好办法	54
8. 任何产品都有缺陷，不要刻意掩饰	56
第五章 洞悉客户心理——读懂心理才能成交	58
1. 贪便宜是客户最常见的心理	58
2. 赞美而非恭维	59
3. 想钓鱼，先考虑鱼的需求	60
4. 客户最关心利益，适当给其优惠	62
5. 注意利用好第一印象效应	63
6. 抓住客户成交时的心理弱点	65
7. 用详细的数据说服客户	66
8. “我考虑一下”背后的心理	67
9. 时刻让客户感到满足	69
第六章 确立谈判优势——在与客户博弈中取胜	71
1. 提前预测客户要提的问题	71
2. 找个合适的帮手	72
3. 双赢是谈判的前提	73
4. 选对时机，不妨给客户加加压	75
5. 巧妙识破对方借口	76
6. 适当让步，以退为进	77
7. 设法应对爱争辩的客户	79
8. 选择各种可能的成交策略	80
第七章 别被价格左右——让成交变得顺理成章	82
1. 以“一分价钱一分货”的理由说服客户	82
2. 开始报价过低易于陷入被动	83
3. 处理价格异议要巧妙	84
4. 选准报价的时机	87
5. 别让价格“僵住”	88
6. 客户嫌贵很容易理解	90
7. 增加你手中的销售筹码	92
第八章 销售在成交后——成交结束≠销售结束	94
1. 回款比销售更重要	94
2. 及时清理呆账，不留后患	95
3. 做好跟踪服务，拓展销售范畴	97
4. 将客户变成朋友	98
5. 为客户提供个性化服务	100
6. 投诉中孕育着机会	101
7. 乐观面对客户投诉	103
8. 只有不断学习，才能不断进步	104
参考书目	105
· · · · · ·	(收起)

[成交圣经_下载链接1_](#)

标签

销售

营销

成交圣经

商业

管理

心理

文学

成长

评论

[成交圣经_下载链接1_](#)

书评

[成交圣经 下载链接1](#)