

100个绝招让你登极销售颠峰 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022_100_E4_B8_AA_E7_BB_9D_E6_c123_288300.htm 1. 对销售代表来说，销售学知识无疑是必须掌握的，没有学问作为根基的销售，只能视为投机，无法真正体验销售的妙趣。 2. 一次成功的推销不是一个偶然发生的故事，它是学习、计划以及一个销售代表的知识和技巧运用的结果。 3. 推销完全是常识的运用，但只有将这些为实践所证实的观念运用在积极者身上，才能产生效果。 4. 在取得一鸣惊人的成绩之前，必先做好枯燥乏味的准备工作。 5. 推销前的准备、计划工作，决不可疏忽轻视，有备而来才能胜券在握。准备好推销工具、开场白、该问的问题、该说的话、以及可能的回答。 6. 事前的充分准备与现场的灵感所综合出来的力量，往往很容易瓦解坚强对手而获得成功。 7. 最优秀的销售代表是那些态度最好、商品知识最丰富、服务最周到的销售代表。 8. 对与公司产品有关的资料、说明书、广告等，均必须努力研讨、熟记，同时要收集竞争对手的广告、宣传资料、说明书等，加以研究、分析，以便做到知己知彼，如此才能真正知己知彼。采取相应对策。 9. 销售代表必须多读些有关经济、销售方面的书籍、杂志，尤其必须每天阅读报纸，了解国家、社会消息、新闻大事，拜访客户日才，这往往是最好的话题，且不致孤陋寡闻、见识浅薄。 10. 获取订单的道路是从寻找客户开始的，培养客户比眼前的销售量更重要，如果停止补充新顾客，销售代表就不再成功之源。 11. 对客户无益的交易也必然对销售代表有害，这是最重要的一条商业道德准则

。 12.在拜访客户时，销售代表应一当信奉的准则是即使跌倒也要抓一把沙.意思是，销售代表不能空手而归，即使推销没有成交，也要让客户能为你介绍一位新客户。 13．选择客户。衡量客户的购买意愿与能力，不要将时间浪费在犹豫不决的人身上。 14.强烈的第一印象的重要规则是帮助人们感到自己的重要。 15．准时赴约 迟到意味着：我不尊重你的时间.迟到是没有任何借口的，假使无法避免迟到的发生，你必须在约定时间之前打通电话过去道歉，再继续未完成的推销工作。 16．向可以做出购买决策的权力先生推销。如果你的销售对象没有权力说买的话，你是不可能卖出什么东西的。 17．每个销售代表都应当认识到，只有目不转睛地注视着你的客户，销售才能成功。 18．有计划且自然地接近客户，并使客户觉得有益处，而能顺利进行商洽，是销售代表必须事前努力准备的工作与策略。 19．销售代表不可能与他拜访的每一位客户达成交易，他应当努力去拜访更多的客户来提高成交的百分比。 20．要了解你的客户，因为他们决定着你的业绩。 21.在成为一个优秀的销售代表之前，你要成为一个优秀的调查员。你必须去发现、去追踪、去调查，直到摸准客户的一切，使他们成为你的好明友为止。 22．相信你的产品是销售代表的必要条件：这份信心会传给你的客户，如果你对自己的商品没有信心，你的客户讨它自然也不会有信心。客户与其说是因为你说话的逻辑水平高而被说眼，倒不如说他是被你深刻的信心所说服的。 23.业绩好的销售代表经得起失败，部分原因是他们对于自己和所推销产品有不折不扣的信心。 24．了解客户并满足他们的需要。不了解客户的需求，就好象在黑暗中走路，白费力气又看不到结果。 25．对于销售

代表而言，最有价值的东西莫过于时间。了解和选择客户，是让销售代表把时间和精力放在最有购买可能的客户身上，而不是浪费在不能购买你的产品的人身上。26. 有三条增加销售额的法则：-是集中精力于你的重要客户，二是更加集中，三是更加更加集中。27. 客户没有高低之分，却有等级之分。依客户等级确定拜访的次数、时间，可以使销售代表的时间发挥出最大的效能。28. 接近客户一定不可千篇一律公式化，必须事先有充分准备，针对各类型的客户，采取最适合的接近方式及开场白。29. 推销的机会往往是纵即逝，必须迅速、准确判断，细心留意，以免错失良机，更应努力创造机会。30. 把精力集中在正确的目标，正确地使用时间及正确的客户，你将拥有推销的老虎之眼。31. 推销的黄金准则是你喜欢别人怎样对你，你就怎样对待别人；推销的白金准则是按人们喜次的方式待人。32. 让客户谈论自己。让一个人谈论自己，可以给你大好的良机去挖掘共同点，建立好感并增加完成推销的机会。33. 推销必须有耐心，不断地拜访，以免操之过急，亦不可掉以轻心，必须从容不迫，察颜观色，并在适当时机促成交易。34. 客户拒绝推销，切勿泄气，要进一步努力说服客户，并设法找出客户拒绝的原因，再对症下药。35. 对客户周围的人的好奇询问，即使绝不可能购买，也要热诚、耐心地向他们说明、介绍。须知他们极有可能直接或间接地影响客户的决定。36. 为帮助客户而销售，而不是为了提成而销售。37. 在这个世界上，销售代表靠什么去拨动客户的心弦？有人以思维敏捷、逻辑周密的雄辩使人刑良：有人以声隋并茂、慷既激昂的陈词去动人心扉。但是，这些都是形式问题。在任何时间、任何地点，去说服任何人，

始终起作用的因素只有一个：那就是真诚。 38.不要卖而要帮. 卖是把东西塞给客户，帮却是为客户做事。 39 . 客户用逻辑来思考问题，但使他们采取行动的则是感情。因此，销售代表必须要按动客户的心动钮。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com