

销售技巧汇总：六招实现连销 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/33/2021_2022__E9_94_80_E5_94_AE_E6_8A_80_E5_c28_33879.htm

市场层面包含了产品/服务竞争的若干维度，它们分别是需求、目标和场合。其中场合又包括地点、时间、情境和经历。任何一种产品/服务都不能脱离这些维度而存在。因此，只要我们稍稍对这些维度加以改变，诸如“去除一个维度”，“为某个维度换序”，“组合两个维度”等，我们就可以得到新的产品/服务，从而使产品焕发青春。下面就是通过改变产品/服务的维度，轻松实现销售的6个技巧：

销售技巧一：改变需求，涵盖另一种功能这一维度指的是选择一个我们目前的产品尚未涵盖的需求，并考虑为满足这个需求进行产品创新。例子：电话出租车公司为增大业务量，开始利用出租车开展速递服务。像广告公司这样的商业服务公司常有非常紧急的东西要速递。出租车随时都叫得到，而由于重量的限制，叫速递员则有时需要等些时间才能拿到包裹。通过增加包裹运输功能，出租车的市场就扩大了。

销售技巧二：改变地点，将你的产品置于一个新情境中这一维度是指选择在某产品/服务目前不可能在场购买、使用和消费地点。某些产品总是与特定的地点联系在一起，如在电影院里吃爆米花，在飞机上吃花生等等。我们可以设想一个“不可能”的地点或情境来改变常规。例子：全球定位系统技术原本是专为轮船设计的。假如把它安装在汽车上，我们就能获得追回失窃的车子或找寻目的地的新服务。家庭影院就是将电影院(杜比环绕声，纯平银幕)搬到了人们的家中。当然这还得要一系列的配套新产品。销

售技巧三：改变目标，个体，多个个体，或一个群体 争取那些不太可能购买或使用某种产品/服务的非潜在目标。 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