

《中国服装市场拓展第一书》

图书基本信息

书名：《中国服装市场拓展第一书》

13位ISBN编号：9787111415602

10位ISBN编号：7111415604

出版时间：2013-3

出版社：机械工业出版社

作者：孙强

页数：288

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《中国服装市场拓展第一书》

内容概要

本书是专门讲服装渠道销售的，从理念、流程到方法，三位一体，全面提升你的服装市场拓展功力。本书教授的方法来自作者10多年从做仓库保管员，到做单店经销商、二级经销商、省总代和品牌厂家的完整行业经历学习本书。

你将获得以下专业的系统提升

知道如何陌生拜访客户

知道在客户店铺里如何进行说话和提问

知道如何拿到老板的电话号码或者QQ号码

知道如何对客户进行第一次跟进

知道如何对客户进行第二次跟进和N次跟进

知道如何开发省总代客户的特殊方法

知道如何陌生拜访商超经理

知道如何判断客户的心理阶段，做到精准跟进

知道如何判断客户的性格类型，做到精准跟进

知道如何给客户打销售电话

知道如何与客户进行QQ商务交流

知道如何接待客户来访和接听陌生来电

知道如何抓住订货会客户接待的七个关键

知道如何应对客户的常见问题和六大异议处理技巧

知道如何与客户签约和签约后的跟进

.....

《中国服装市场拓展第一书》

作者简介

孙强，草根销售人。

从仓库保管员做起，多层岗位历练。有单店经销商、区域经销商、省总代和品牌厂家的完整操盘经历。

孙强老师长期专注中国服装市场的开发、建设、管理和研究，足迹遍布祖国大江南北。熟悉包括北京、郑州、西安、成都、沈阳、乌鲁木齐、南昌、广西、昆明、贵阳、浙江、江苏等在内的全国服装代理、批发和零售市场。有超过13 000位客户的一对一陌生拜访记录和实战。独创“服装店铺陌生拜访技术”和“服装电话销售技术”。

中国服饰营销网——专栏作家。

中国营销第一刊——《销售与市场》特约撰稿人。

中国服装行业“实战+理论”双栖型营销专家。

书籍目录

- 推荐序一 都是“干货”
- 推荐序二 销售的成功之道
- 自序 接地气的干货才有价值！—从理念、流程到方法
- 第一章 你适合做市场拓展吗 / 1
 - 第一节 关于市场拓展，你知道多少 / 2
 - 一、市场拓展与终端销售的区别 / 3
 - 二、我国服装市场战略制高点 / 4
 - 三、国内一线、二线、三线城市划分 / 6
 - 四、服装六大品类—品牌江湖谱 / 8
 - 第二节 为什么要拓展武林路 / 19
 - 一、了解竞争品牌，知己知彼 / 20
 - 二、战胜恐惧心理，提高自信 / 20
 - 三、储备销售人才，建立关系 / 22
- 第二章 陌生拜访，建立信任 / 27
 - 第一节 坚持四个准备不动摇 / 28
 - 一、道具准备 / 28
 - 二、形象准备 / 30
 - 三、线路准备 / 33
 - 四、精神准备 / 34
 - 第二节 店铺类型和开发市场的“五先五后”原则 / 35
 - 一、店铺类型 / 35
 - 二、市场开发的“五先五后”原则 / 37
 - 第三节 现场准备、开场白和面谈话术 / 41
 - 一、现场准备 / 41
 - 二、开场白和面谈话术 / 42
 - 第四节 13种方法拿到老板的电话 / 55
 - 第五节 国内服装省总代市场及其拓展方法 / 65
 - 一、国内主要服装批发代理市场 / 66
 - 二、如何拓展省总代市场 / 75
 - 第六节 全国性、区域性商超系统及其拓展方法 / 84
 - 一、全国性商超系统名单 / 85
 - 二、区域性商超系统名单 / 87
 - 三、商超的拓展方法 / 90
- 第三章 销售跟进，客户承诺 / 101
 - 第一节 第一次销售跟进，争取客户承诺 / 102
 - 一、对单店客户的第一次跟进 / 103
 - 二、对省总代客户的第一次跟进 / 109
 - 三、对商超客户的第一次跟进 / 111
 - 第二节 第二次销售跟进，争取客户承诺 / 115
 - 一、客户分级ABC管理法 / 116
 - 二、对A、B、C三级客户的第二次跟进 / 117
 - 第三节 判断客户处在哪一个心理阶段，精准跟进 / 126
 - 一、第一阶段：满足现状阶段 / 127
 - 二、第二阶段：认知问题阶段 / 129
 - 三、第三阶段：决定改变阶段 / 131
 - 四、第四阶段：权衡需求阶段 / 136
 - 五、第五阶段：明确需求阶段 / 139

- 六、第六阶段：比较评估阶段 / 144
- 七、第七阶段：决定购买阶段 / 146
- 八、第八阶段：后悔选择阶段 / 148
- 第四节 判断客户属于哪一种性格类型，精准跟进 / 150
 - 一、四种性格类型 / 151
 - 二、四种性格类型主要特质与核心动机 / 152
 - 三、四种性格类型的12种组合 / 154
 - 四、四种性格类型客户的判断和应对策略 / 155
- 第五节 如何给客户打销售电话 / 159
 - 一、电话销售的两大基本功 / 160
 - 二、四种类型客户电话语言特点及应对 / 164
 - 三、第一次打陌生电话 / 168
- 第六节 如何与客户进行QQ交流 / 178
 - 一、QQ外观、空间、相册和日志 / 179
 - 二、你加客户的QQ / 181
 - 三、彼此加QQ已经通过 / 182
 - 四、QQ交流话术模板 / 185
- 第四章 商务接洽，签约合作 / 193
 - 第一节 客户签约的五大条件 / 194
 - 一、需要 / 194
 - 二、信任 / 195
 - 三、价值 / 196
 - 四、能力 / 197
 - 五、时机 / 198
 - 第二节 展厅客户接待、陌生电话接听应对技巧 / 199
 - 一、展厅客户接待三种情形应对技巧 / 200
 - 二、陌生电话接听的四种技巧 / 206
 - 第三节 订货会接待的七个关键 / 212
 - 第四节 客户常见问题与六大异议处理技巧 / 219
 - 一、问题产生的三种原因 / 219
 - 二、与客户交流的语言流程 / 219
 - 三、客户常见问题处理技巧 / 221
 - 四、客户六大经典异议处理技巧 / 228
 - 第五节 选择经销商的标准和成交方法 / 239
 - 一、选择经销商标准 / 240
 - 二、发现客户的成交信号 / 245
 - 三、成交的三种实用方法 / 246
 - 四、成交后的三条短信 / 249
- 后记 关于网络渠道 / 252
- 致谢 感恩的心，感谢有你！ / 261
- 附录 国内主要城市商超名单 / 263
- 参考文献 / 272

《中国服装市场拓展第一书》

精彩短评

1、跟我买之前以为的内容不一样,可作为业务方面触类旁通之用,尤其是话术方面非常细致,细节决定成败吧.

章节试读

1、《中国服装市场拓展第一书》的笔记-第49页

陌拜10问

- 1、你怎么知道我是××（厂家的、做品牌的等）啊？
- 2、我们品牌你听说过没有啊？
- 3、请问老板你贵姓啊？
- 4、你做这个品牌有几年了啊？
- 5、除了这个品牌以外，你还做了其他品牌没有啊？
- 6、你有没有打算再发展一个品牌啊？
- 7、你看了画册以后感觉怎么样啊？
- 8、你这里说话方便吗？
- 9、加你的QQ需不需要回答什么问题啊？
- 10、你最近要去××（城市名）吧？

这个十一个问题提炼的蛮精辟的，是陌生拜访的关键内容。

《中国服装市场拓展第一书》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com