

第二单元

销售协奏曲：沟通技巧

70's 购买框架

- 顾客 (Occupants) 谁构成了市场 (Who)
- 购买对象 (Objects) 购买什么 (What)
- 购买目的 (Objectives) (Why) 为何购买
- 购买组织 (Organization) (Who) 谁参与购买
- 购买行动 (Operations) (How) 如何购买
- 购买时间 (Occasions) (When) 何时购买

案例 方颖文的初次拜访

方颖文, WOSH广播公司的销售代表
徐佳雯, “浪漫一身”商店的老板

破译顾客的“黑箱”



人际差异的原因

- 思考方式
- 决策方式
- 利用时间
- 工作速度
- 谈话交际
- 情感表达
- 对待压力
- 冲突处理

个性

背景

风格

理念

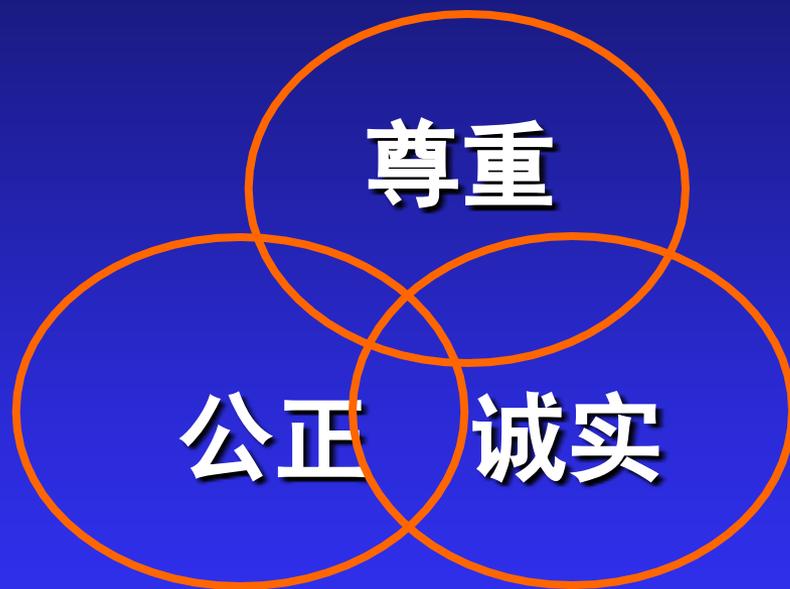
方式

态度

素养

境遇

改善人际关系的原则

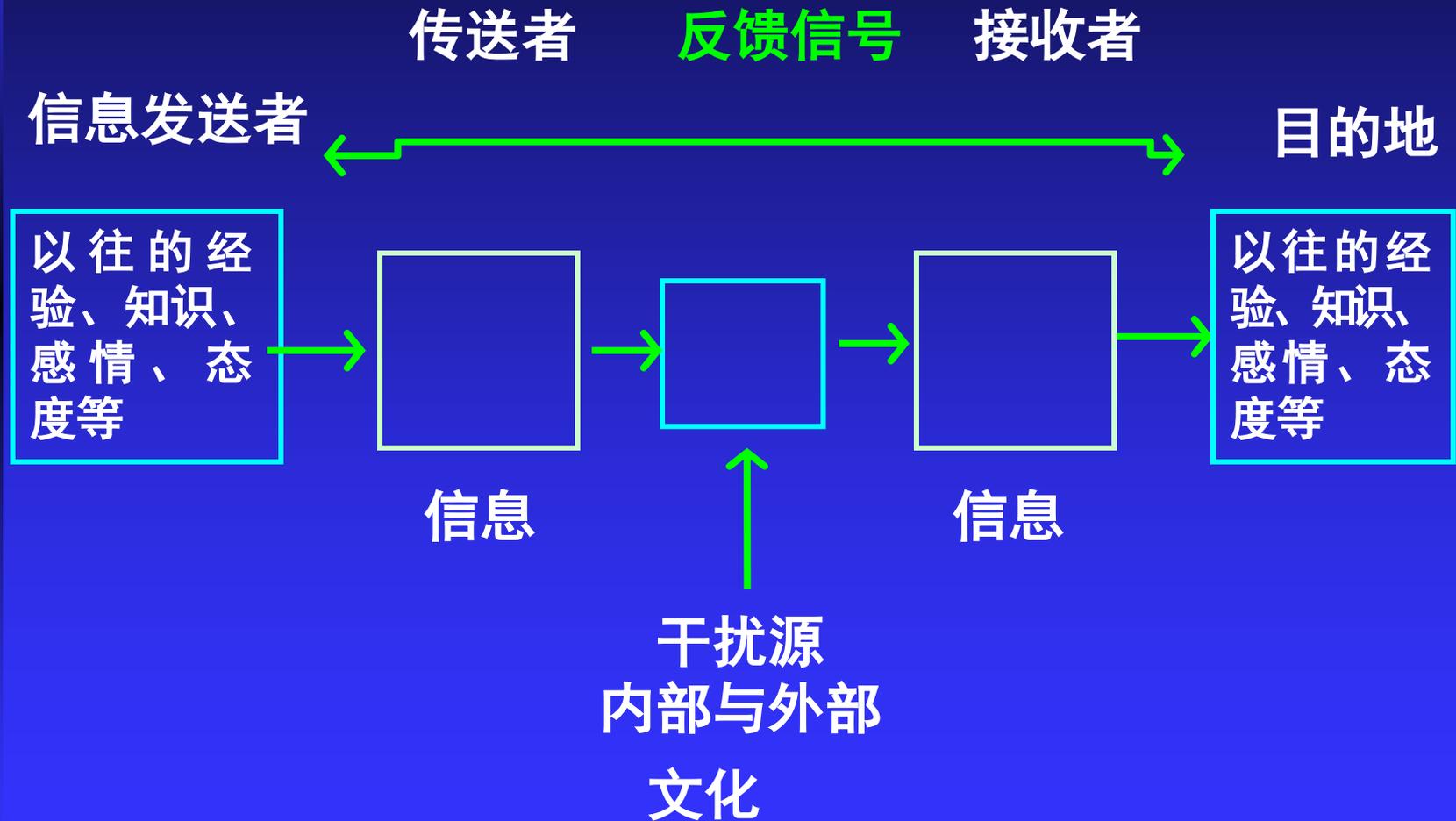


沟通定义

沟通被理解为是涉及
信息传递和某些人为活动的内容

有效沟通，不仅信息被传递
而且被准确地理解

沟通的基本模型



良好沟通的内涵

- 良好的沟通 = 理解 + 合作
- 良好沟通的重要因素 = 听 + 说
- 双向沟通的方法：

我说你听或你说我听

沟通风格定位图

思维型
控制性较弱
敏感性较弱

果断型
控制性较强
敏感性较弱

平易型
控制性较弱
敏感性较强

表现型
控制性较强
敏感性较强



2024/11/4

沟通风格定位图

可编辑

以事为主善支配

谨慎、被动与自制

思维型

擅长逻辑推理
高标准严要求
理性推理，敏感多疑
以完美为好

果断型

自信果断、主观
企图心强、不服输
注重结果、控制欲强
以事业为本

速度、主动与外向

平易型

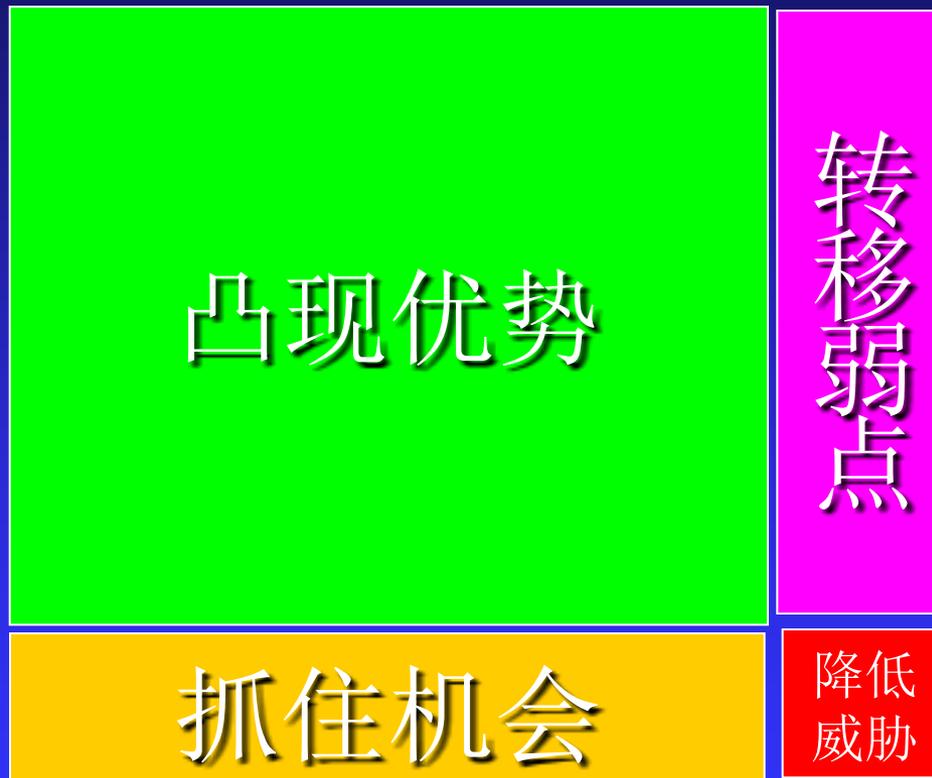
脚踏实地、耐心守旧
善于倾听，不善变化
注重对方的感受
以稳定为主

表现型

表达力强，热情活力
注重感觉与感受
重视人际关系
以人际为重

以人为主重关系

个人风格的SWOT分析



沟通的基本法则

知彼解己
保持个性
尊重差异
扬长避短
优势互补
其乐融融

案例分析： 彭志欣准备如何见李总经理

彭志欣
李总经理
梅助理
各有什么特点？



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/246222051112010122>