

开拓准客户的方法与途径

- 1、资料查询法：电话黄页
- 2、地毯式拜访法：针对区域进行逐一访问
- 3、连锁式介绍法：可以到一些相关的社团，一个介绍一介，进行连锁介绍。
- 4、影响力中心：可以透过社团领导人，或是有声望的人，可以找到你的准客户。
- 5、市场调查法
- 6、广告开拓法
- 7、委托助手法：委托朋友或是亲戚

- 8、市场咨询法：透过广告或命题的设计进行市场调查以找到准客户。
- 9、个人观察法：透过销售人员自己的观察。
- 10、竞争代替法：运用电话或是邮件的方式或是展示的方式，让更多人知道我们的产品与竞争对手的产品的差距。
- 11、邮件发送法：将宣传的事项等以邮件形式进行传递。

1、谁才是你的准客户？

- A. 了解客户对我们的产品和服务是否有迫切的需求
- B. 我们的产品和客户使用的计划之间有没有成本效益的关系。
- C. 客户对我们的行业、产品、服务、品牌所抱持的态度是属于积极和还是消极的。
- D. 我们的准客户有没有为我们带来大订单的可能性
- E. 客户是否是我们所谓的影响力核心，能否去影响到他行业的其他企业或人。

如果以上的答案都是肯定的，那么这个客户就一定是你的未来黄金客户。

- 1、知晓自我形象
- 2、改变形象的方法
- 3、心理预演
- 4、视觉化想象
- 5、假定角色

立于不败之地，必须做好万全的准备。

顶尖的销售人员必须
具备哪一些特质？

一、开发顾客前请思考

1. 我在卖什么？
2. 谁是我的顾客？
3. 为何顾客会买？
4. 未来客户在哪里？
5. 他们何时会买？
6. 谁是我的竞争者？
7. 谁不是我的顾客？

顾客购买只有三种决定：

- 1 . 买你的商品和服务
- 2 . 不买你的商品和服务
- 3 . 买别人的商品和服务

1、害怕

因为他希望买到的东西是最好的，因为怕买错东西，害怕做错决定。

2、无知

不知道商品能带来的好处。

- 恐惧失去
（例如：促销活动）
- 渴望获得
（购买商品是希望获得进步，对自己有帮助）

- 1、识别问题
- 2、搜集信息
- 3、平价选择：根据预算选择
- 4、购买决策
- 5、购买行动

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/446045103242010141>