

最新手机销售活动方案 手机销售方案(通用8篇)

在竞争激烈的市场环境中，营销策划是企业获取竞争优势和推动销售增长的重要手段。以下是一些常见的整改措施，大家可以参考借鉴，并根据实际情况进行调整和改进。

手机销售活动方案篇一

人总是趋利避害的，内心的安全感是最基本的心理需求，用安全感来说服客户是最常用的销售话术。这种说服随处可见，比如保险销售话术中基本都是从安全保障为出发点来说服的。汽车销售话术中，说这种汽车的安全系统对于保证出行中的家庭很有效，对于买车的人肯定是一个有力的论点。比如卖房子，对客户说物价上涨、房价上涨，资金缩水，不如投资房屋来得安全。再比如卖设备说，购买这台设备，可以让客户的体验更好，吸引更多的客户，而如果不买，你的竞争对手就会买，会把你的客户抢走。

安全感的反面是恐惧感，如果安全感打动不了客户，那你不妨用恐惧感吓唬他一下。卖儿童智力玩具的说，不要让孩子输在起跑线上，就是一种吓唬；让客户观察皮肤里面的螨虫来推销化妆品，也是一种吓唬；日本一个保险公司推销员用录音机模拟死人到阴间和阎王的对话，讲述由于没有给家人购买保险，而受到惩罚的事情，更是吓唬。吓唬可能是最有效的推销话术。

每个人都希望自己的个人价值得到认可。汶川大地震中，有乞丐主动为灾区捐款，除了是善心之外，恐怕也有一份希望得到社会认可的潜意识。抓住价值感，也是的一个重点。劝说买保险，你可以说：“给家人买保险就是买平安，这是作为父亲和丈夫的职责。”、“这台设备用上以后，公司的工作效率会大大提高，这说明你这个设备部主任的慧眼识

货。”。推销烤肉机“当丈夫拖着疲惫的身子回来，他多么渴望吃一顿美味可口的饭菜，当妻子将美味的烤肉端上来的时候，丈夫的心该有多幸福？”呵呵，如果你小嘴这样会说，那妻子如果不买，我都想鄙视她一下。

自我满足感是比个人价值感更高层次的需求，我不仅有价值，更有自己的风格和特色。这也是推销话术经常用的说服点。买汽车：“这部汽车不仅性能很好，而且车型很独特，线条流畅有特色，十分适合您这样成功人士。”、同样是卖烤肉机你可以这样说：“当丈夫和三五好友来家里时候，你为他们做出和饭店一样的烤肉来，才显出你家庭主妇的手段啊。”对那个设备部主任你可以说：“这台设备用上后，公司在一年之内能够节省两万元，而且效率也会大大提高，老板和同事会称赞你这个设备部主任真是优秀啊。”

毋庸讳言，情爱是人类最大的需求和欲望，也应该是销售话术的说服点。你知道吗，在西方看拳击赛的主要观众是什么人？据调查是老年妇女，别以为老年就不需要情爱了。但是以情爱为说服点要讲求策略，不能很直白地去讲，特别对方是女性的时候，你一个小伙子乱讲，不是找对方抽，就是找对方男朋友抽，该！我们都救不了你啊。要善于运用语言引起对方的想象，比如推销仍然是推销烤肉机，你可以对她说：“逢丈夫的生日，用红烛、鲜花营造一个浪漫温馨的二人世界，端上一盘烤肉，两杯红酒，两个人低吟浅酌。丈夫品着那垂涎欲滴的烤肉，看着贤惠淑美秀色可餐的你，将是一种多么幸福的感觉啊。”好了，打住（再往下说就是找抽了），让那个妻子自己想象吧。你能说这样的销售话术，她还是不买，告诉我，我和你一起鄙视她。亲情感是销售话术的另一个说服点，每个人都需要亲情感。比如推销仍然是烤肉机，今天好像和烤肉机杠上？呵呵。你可以对那个妻子说：“周日，当您全家围坐在餐桌的时候，您端上了用烤肉机烤出的色、香、味俱佳的烤肉时候，孩子欢呼、丈夫夸奖，天伦之乐其乐融融，那是多么好的一幅景象啊。”

我的。生活我做主，每个人都希望表现出自己的支配权利来。这支配感不仅是对自己生活的一种掌控，也是对生活的自信 and 安全感。这是人们一种隐含的需求，也是销售话术的说服点。记得有个很有趣的推销案例，一天，一位先生领着他的太太（没有考证，姑且这么说）来到一家珠宝店，两个人随便浏览琳琅满目的珠宝，这时那位太太轻声叫起来，原来她发现了一枚很大的钻戒，非常漂亮。两个人欣赏完这枚价格不菲的钻戒，先生的脸上微有难色地问价，这一切都被那位静静观察的销售员看在眼里，这位销售员很轻快地报了价紧接着说：“这枚钻戒当年曾经被某大国的总理夫人看好，只是因为有点贵他们没有买。”“是吗？”只见那位先生的眼睛立刻睁大了，“竟然有这样的事情？”先生问。销售员简单地讲了那天总理夫妇来店的情景，先生饶有兴趣地听完，先前脸上的难色一扫而空，又问了几个问题，很痛快地买下了这枚钻戒，脸上是得意之色。

在很多时候，人的力量感表现在对财富的支配上。在这个推销案例中，销售员巧妙地运用了满足支配感需求的销售话术，从而让那位先生买下了总理夫人想买都买不起的钻戒。

这是一种比较高级的心理需求，尤其是对于一些已有成就，并经历了坎坷的中年人来说，归根感是它们的一种追求。对于他们来说，这是很好的一种销售话术。这是一种比较难把握的心理需求，它是那种经历繁华过后的返璞归真，是那种沧桑以后的踏实的心态。比如你买汽车可以说：“这款汽车价格不贵，但性能却很好，尤其是汽车的外表典雅而古朴，线条简单而凝练，正适合你这种经历过风雨的人。”

每个人都要有个归宿感，否则那颗心就可能惶惶不定。我是谁？我那个群体是什么？我应该属于哪个群体？这是每个人一生一世要搞明白的。于是，就有了成功人士、时尚青年、家庭主妇、小资一派等诸多标签。而每个标签下的人要有一定特色的生活方式，他们使用的商品、他们的消费都表现出一定的亚文化特征。将商品和这种标签结合起来，将商品作

为所归宿群体的标志，是销售话术的关键点。比如一样是买车，对时尚青年可以说：“这款车时尚、动感，是酷酷们的标志。”对于成功人士：“这车型大方、豪气，性能优良，速度快，是成功人士的首选。”、对于家庭主妇：“那款车操作简单、安全舒适并配有大型后备箱方便放各种东西，适合采买、接送孩子，主妇们都选择它。”

尽管生命都会走向落幕，但没有一个人会盼望那一天的来临。害怕死亡、害怕老去、害怕容颜消褪、害怕爱情不永，这方方面面的害怕构成了人们对于不朽的追求，有人花钱买名声，有人花钱买健康，有人花钱买容颜。借着这种需求，用销售话术来说服客户，也是常用的办法。比如营养品推销：“滋补身体要趁早，如果身体已经受到损坏、或者老化再想补就晚了。这种产品可以全面调节身体的机理，有效地减缓各种脏器的老化，使用时间长了，你会发现自己变得年轻了，容颜也好看了。”

当你把产品和他追求的不朽联系起来，你的销售话术会很容易打动他的。

手机销售活动方案篇二

- 一、博通手机城，您的手机等着您！
- 二、到博通手机城买得放心用得安心！
- 三、博众家之所长，通无线精彩生活。
- 四、最低的价格，最高的品质！
- 五、博通手机，物美价更低。
- 六、选择博通，价格最公！

七、博通手机，普通价格。

八、贴心的服务，实惠的手机，让你享受到五星级的待遇！

九、走进博通，世界触手可及，引领您走向成功！

十、博通手机城，价格更低，质量更优，服务更好，与你的他/她联系更方便！

十一、买手机，到博通，价格低廉，服务真诚。

十二、博通博通手机，伯爵之选。

十三、博采众长，通行天下。

十四、低下去的是价格，涨上来的是您的心情。

十五、因为我承诺，所以你选择博通手机城，手机好选择。

十六、买手机，选低价，请来博通手机城！

十七、博通手机：超低与价格齐飞，优质共服务一色。

十八、博通手机城，手机优选择。

十九、博比众家，通连天下。

二十、博通承诺678，低价手机买回家！

二十一、博通手机，贴心价格，满意服务！

二十二、帮你省财，博你所爱，博通手机真不奈！

二十三、买手机，到博通，永远不挨坑！

二十四、广博天下，自由连通。

二十五、低价手机，高品质；诚信为本，服务第一。

二十六、一次小小的投入，让世界成为你的邻居！

二十七、买手机，到博通。

二十八、拨动心弦的那一刻，同你分享！

二十九、博通手机世界，拨通你我未来。

三十、如此乐趣，我的口味。

三十一、博通手机，薄利多销，通话首选。

三十二、精心为每一个顾客，我们将以品质的手机、低廉的价格服务您！

三十三、博通手机，让你博学精通。

三十四、以顾客为本，给您上帝的待遇，与上帝时刻保持通话！

三十五、为国消费买手机，博通低价支持你！

三十六、选择博通，一拨就通！

三十七、博通手机，直通最低价！

三十八、博通手机大酬宾，超低价格高享受。

三十九、选择博通，选择物美价廉！

四十、博采惠价，通信天下。

四十一、博通手机城，服务永真诚。

四十二、平价博通，手机精通。

四十三、价格让您心跳，满意尽在博通。

四十四、花更少的钱，说更多的话。

四十五、更低价、更真诚，尽在博通手机城。

四十六、诚信你我，联通世界。

四十七、精品手机，源于博通。

四十八、博通手机，买的舒心，用的放心。

四十九、至低的价格，至上的服务，尽在博通手机城。

五十、博通手机，拨通天下手机。

手机销售活动方案篇三

（新品上市后最最常见的几个问题收录在这里，后面还有分门别类的问题解答）

1、电池：

1) 电池能用多久啊？

我们现在的手机都采用的是锂离子电池，即没有记忆性使用寿命又长。可达到反复充电3500-5000次左右以上，也就是说即使您每天都充也能保证你能正常使用10年。

2) 待机时间能有多久啊？

我们这款机器的标准待机时间为280个小时，也就是十几天，但是这个对您是没用的。为什么呢？因为所谓的待机时间是指正常开机不插卡的状态下到自然关机，可我们平常不可能不打电话不聊天吧？所以我们要看它的正常使用时间。像这款机如果您每天打两三个电话，听听歌用个4到5天还是没问题的。

（如果您真地要经常一出差就好几天的话，也不用担心。像这款机器它是支持usb充电的，而且是标准接口，现在您在哪找不到一台电脑啊？而且这种标准接口目前已经是行业通用的了，您随便找个充电器也成，也很方便对吧？）

3)为什么只有一电一充啊？

2、售后：

1)这个保多久啊？

oppo的所有产品都严格依照国家三包法的规定提供售后服务，一个月包换，一年内免费维修，并提供终生售后服务。（或终生成本售后：如更换零配件则适当收取成本费用。）

2)在哪保啊？

这个是全国联保，也就是说您在全国任意一个oppo售后服务中心都能享受到一样细致全面的售后服务。如果您在当地保修，在xx就有专业的售后服务中心，很方便。

而且oppo的产品质量相当可靠，您很少会需要售后帮助的。使用上有什么不便的，您问我也成。

3、声音：

1)声音这么小，铃声能听到么？

2) 听歌的时候声音会不会有点小啊？

4、选择少：

你这就一部机器，没其他可选择的了？

oppo的每一款机型上市历来都是精品。其实您也清楚，选择再多，最适合您的也只有一款对吧？而且您看这款机器外观（“精美大方，而且金属的外壳大气又耐磨实用”围绕外观做有针对性的引导解说）非常适合您。

分析：议价的困难程度与讲解过程中顾客对产品价值的了解和认识有直接关系。我们强调通过令顾客舒服的沟通，让顾客对我们产生信任，并在信任的基础上通过我们对产品的讲解使得顾客认识到产品的价值。顾客在认识到产品的价值后对价格就达到了心理接受，剩下的议价多是贪图便宜的心理，并且说明顾客已经准备马上购买了。

1、多少钱？（顾客刚接触手机时）

情景分析：顾客刚看到手机时，询问产品的价格，这个时候销售人员报价时，语气要斩钉接铁。让顾客感觉到你的价格就是实价。并且，最重要的还是让顾客留下来了解产品的价值，所以建议你解答如下：

2、太贵了，能不能便宜点？

情况1：顾客在一分钟内就询问价格。这个时候顾客了解到基本外形、价格和大致功能。而很少有顾客看了外形和价格就选择购买的，所以我们要先这种强调我们的卖点，告诉顾客，买不买没有关系，先看看好有个比较嘛，多留时间增加顾客的购买欲望，给顾客购买的理由。

解答：没关系，价格一定让你满意，你先来了解一下这款手

机的价值。如果你喜欢，我相信价格不是问题，如果你不喜欢，再便宜你也不会买，你说是不是？情况2：3分钟后顾客了解我们的手机价值后再谈价格的。这个时候要注意谈价是个消耗战，别想着速战速决，要做好打持久战的准备，还要注意梯度，假设标价跟底价之间有100元空间，那么第一次降20至40，第二次20至30，第三次还价后可以成交。切忌直接报底价，否则顾客还价的时候你就没有再还价的空间了。

（砍价的时候注意技巧：第一次让价可较大幅度以示真诚；第二次缩小降价幅度以示尽力，依次递减；当然让价次数不可过于频繁；每次让利都要争取对方的让步；不要輕易的抛出自己的底牌。）

3、为什么你的手机卖的比别人贵？

情况1：在平时不是很忙的情况下，当我们有足够的时间跟顾客讲解时可以做如下回答：

解答：你发现了，我们的手机是比其他国产品牌贵些，那是因为我们采用的都是原装进口的原材料，比如我们的音频解码处理芯片是美国wolfson公司的专业音频解码芯片，屏幕您也看得见很亮吧？原装日本日立高清显示屏；机器的面板都是拉丝合金的，您摸摸看它的手感，没有任何毛刺，而其他牌子的手机是不是这样的材质呢？其实您看，正是因为我们手机采用的原材料比其他品牌更讲究，所以才更能保证手机的质量，确保你用的放心。

情况2：旺季时为了速战速决，也可以采用逆向思维，用反向的方法突破顾客的心理。

解答：先生、小姐，你知道今天是什么日子吗？今天是我们手机的销售旺季，是我们抢销量的日子，厂家绝对吧价格标到最低了，我们这个价格你绝对不用担心。

4、礼品不要了，能不能再优惠点？

分析：顾客问这句话时，表示他已经准备购买了，但是希望能得到进一步的优惠。这句话，其实更多的是一种试探，以证实自己确实是最优惠的价格购买了。所以销售人员要进一步确定价格是最低的，切不可再还价否则只会节外生枝，甚至会造成跑单。

解答：先生、小姐你放心吧，价格绝对是最低价不能再少了，礼品只是我们为了增加销量做活动才送到，你要是平时来的话没有礼品也是这个价格。现在还有礼品送，所以你现在买绝对是最划算的啦。

5、××钱卖不卖？

情况1：顾客还贷价格如果很接近底价，说明顾客已经认可产品并且想购买了，这个时候要再次强调价格是最低价，让顾客放心。

解答：先生、小姐，我给你的绝对是最低价了，价格没有办法再优惠了，这样吧我给你找个赠品。你看，平时买都没有赠品的，你今天运气很好，还有赠品送。情况2：如果顾客的还价跟底价差距太大，说明该顾客还没有认可产品的价值，这个时候要留住顾客继续讲解，让顾客多了解产品的价值。

分析：顾客在购买手机的过程中可能会关心和询问很多功能，有些是自己确实需要的，但是有很多时候是因为顾客觉得买个手机功能越多越好，其实并不需要那些功能或者很少使用到那种功能。所以我们在销售过程中要了解需求，先弄清楚顾客是否真的需要这个功能，是不是没有这个功能真的不行？然后再对症下药。

1、有没有收音机？

分析：碰到这样的问题，先询问顾客平常是否很喜欢听收音机，甚至每天花很多时间去听？

如果顾客回答不是：

解答：就是嘛，先生、小姐，现在大家买手机主要功能还是通话发短信，平常有时间的`话就是听音乐，所以说买手机主要是买音质和质量，你说对不对？你再听听我们的mp3音质效果（顾客愿意听到话再让他听会音乐）是不是音质效果非常的好呀，接下来可以继续讲解我们的音质和品质。

如果顾客回答是：

手机销售活动方案篇四

（所有大卖场都讲究三声服务：来有迎声，问有答声，走有送声。或者叫欢迎声，问候声，送别声）接待顾客是最重要的第一步，一定要在第一步就和顾客建立一个和谐的关系，热情大方的招呼你上扬的嘴角都能够排出对立关系！

接待好了我们离成功就近了一大步了，和顾客的交谈变得容易。这时尽量地了解顾客的需求

1、需求明确型的顾客（已确定购买型号），一定要承认顾客喜欢的手机的优势，然后扬长避短尽量转移到你想销售的手机上去（转移的对象最好是同价位的同信能及同影响力的品牌）

很多时候，前面几部都做得很好，顾客也很喜欢但是就是到了掏腰包时，顾客就不愿意了。这时千万不能够有丝毫的不耐烦，否者就前功尽弃了。一般顾客都希望得到优惠，折扣也好，礼品也好总之你得让顾客感觉到你的心意（心意可大可小，但是一定要告诉顾客，你为了给到他付出的努力让他体会你的难处。所谓爱要大声说出来，你不说出来顾客可能就感觉不到。）这样基本就成交了，顺便让客户给你带老顾客这样你也可能多一个品质客户（就是只认你一个人，只在你手上消费，只信任你一个人）

如果你自己销售出去了一定要给顾客服务到底，装软件下歌曲设置等等都要边做边说，前面花了那么长时间这点时间我们耽误得起。这样做的好处在于顾客更加的信任想不让他记住你都难！如果还没销售就一定要找领导帮忙了，告知领导你们谈到那个地步了顾客是要折扣还是要礼品。这样领导可能没折扣也没再送礼品就销售出去了。因为他的再次说话证明了你确实尽了最大努力给了最大优惠了！

手机销售活动方案篇五

（所有大卖场都讲究三声服务：来有迎声，问有答声，走有送声。或者叫欢迎声，问候声，送别声）接待顾客是最重要的一步，一定要在第一步就和顾客建立一个和谐的关系，热情大方的招呼你上扬的嘴角都能排出对立关系！

接待好了我们离成功就近了一大步了，和顾客的交谈变得容易。这时尽量了解顾客的需求

1、需求明确型的顾客（已确定购买型号），一定要承认顾客喜欢的手机的优势，然后扬长避短尽量转移到你想销售的手机上去（转移的对象最好是同价位的同信能及同影响力的品牌）

很多时候，前面几部都做得很好，顾客也很喜欢但就是到了掏腰包时，顾客就不愿意了。这时千万不能有丝毫的不耐烦，否者就前功尽弃了。一般顾客都希望得到优惠，折扣也好，礼品也好总之你得让顾客感觉到你的心意（心意可大可小但是一定要告诉顾客，你为了给到他付出的努力让他体会你的难处。所谓爱要大声说出来，你不说出来顾客可能就感觉不到。）这样基本就成交了，顺便让客户给你带老顾客这样你也可能多一个品质客户（就是只认你一个人，只在你手上消费，只信任你一个人）

如果你自己销售出去了一定要给顾客服务到底，装软件下歌

曲设置等等都要边做边说，前面花了那么长时间这点时间我们耽误得起。这样做的好处在于顾客更加的信任想不让他记住你都难！如果还没销售就一定要找领导帮忙了，告知领导你们谈到那个地步了顾客是要折扣还是要礼品。这样领导可能没折扣也没再送礼品就销售出去了。因为他的再次说话证明了你确实尽了最大努力给了最大优惠了！

销售后除了公司的定期访问外，自己也要多访问客户，周末节日发发祝福短信问候下，你们可能就此成为朋友。一定要在销售产品前将自己销售出去！！

手机销售活动方案篇六

1、服务顾问首先要用肯定的态度回答顾客这是实价，打消顾客削价的念头。

2、顾客仍抱着有得便宜的希望，犹豫不决。

a□主动向顾客解释我们服务的承诺，我们的优势。如：用肯定的语气告诉顾客，我们销售的手机绝对100%的原装行货，告诉顾客这里买的手机7天包退，15天内包换，一年内全国联网免费保修，终生保养，让顾客觉得售后有保障。

b□如果顾客选中了某一手机，我们可以插上卡，教顾客调功能，并说明此机的主要特色，以及让顾客试用，这种手机销售技巧，让顾客感到不买都不好意思。

a□我们明知顾客在说谎，但切不可故意揭穿他。

b□可以引用一些其它牌子相同价格的手机，并解说某一手机外形、功能、质量与其它手机的区别。

c□要耐心且温和地向顾客解释：我们的手机是包括外壳、主机、电池、耳机等均由某公司直接生产，且是有质量问题实

行国家规定的三包政策，也可运用案例一2的a□b点。

a□应付一个顾客要坚持一对一的服务。

b□两个服务顾问要有主次之分，不可随便插口。

c□其他人员只能充当助手，协助销售。例如：帮找配件，递交包装盒等。

a□不可只顾自己跟前的顾客。

b□同时和其他围观的顾客打招呼，如：

a□点头微笑说欢迎光临，有什么可以帮到您。

b□如短时间可以搞定的买卖，先搞定。

c□或通知其他店员先招呼。

a□建议顾客用其他颜色的机或其他型号的机器。

b□如顾客坚持要求缺货的机器，我们可以给顾客调货，说明情况请顾客去收银台交款并请顾客稍等。

a□顾客投诉，都是心中有气，我们要态度温和，礼貌地请顾客到休闲椅去坐，奉上水，平息他的怒气。

b□要细心聆听顾客的投诉，了解问题后，尽快给顾客解决。

c□对于解决不了的问题，要及时通知店长或门店相关人员。

a□先了解情况，后试机，作出判断，是否是顾客心理作用（比如手机听筒声音小），尽量说服顾客不要换机。

b□如有质量非人为问题，按公司有关规定去做，让顾客满意离开。

a□在销售过程中要懂得做戏，让顾客得到一种心理上的满足（价格上）。

b□在做销售资料时，要相互配合。

c□在顾客处于犹豫不决时，要配合，起到推波助澜的作用。

d□在处理投诉时，要一主一次进行配合，圆满解决问题。

e□当与顾客沟通到没有话题时，也要及时给自己台阶下，换另一个服务顾问去跟顾客沟通。

a□不能有冷落顾客的感觉，做到来者都是客，进门三分亲，我们同样要热情招待。

b□主动向顾客介绍公司的一些优势资源或有什么促销活动，推销我们优质的服务，让顾客买不买东西都是一个样。

c□派送一些资料给顾客，让他帮我们做广告宣传。如：有什么事情您可以加我微信或拨打我们的热线电话。

手机销售活动方案篇七

实习的日子是短暂的，也是美好的。我们眼看就将毕业了，感觉真的有点舍不得，舍不得的大学生活，舍不得的太多，去过了实习就应该有个交代。

下面我就浅显地谈谈我的感触吧！

1、做事情一定要细心，遇到任何事情都不要慌张：

临近清明节，来买手机的顾客就比往日多了进一倍，那天轮到我做收银员，一下子几位顾客都前来结账，每个手机都必须一个一个地输入串码。由于我的疏忽，把一位顾客的钱找给了另外一位，幸亏那位顾客素质很高，她及时的发现并把钱还给了另一位顾客，这才幸免造成大祸，当时我已经傻了，只知道不停的给顾客道歉。

所有做事情一定要仔细，遇到再大的事情都不能慌张，不然就会手忙脚乱，任何事情都不能做好。

2、学会了与人沟通和处理事情的应变能力：

说到应变能力，我自认为我有了很大的提高。尽管不能让每一个顾客对我们的服务都感到满意。下面我就讲讲我遇到的一位老顾客，她在我们那里买了几次手机了，其中还带她朋友来买过。当她再次来看手机的时候，我正准备向她打招呼，没想到她嘴里冒出来的话就把我给噎住了。

你们猜她说了些什么：我的儿子都比你们大，怎么这样没大没小的。弄得我都不知道该怎么称呼她了，因为前几次来我都叫她姐，今天来她就开始训斥我，说不要叫我姐，你们这些小妹也太不老实了。然后她就边选看手机，边数落我，弄的我一句话都没有插上。

手机销售活动方案篇八

在最后一要订单的时候，门市人员的心态是很重要的，要实现成功的销售，态度比技巧更重要，不要害怕被拒绝，被拒绝是很正常的。当顾客犹豫不决时，门市人员切记不能失去耐心，帮助客户做决定是很好的一种技巧。

在销售法则中有一个二选一法则，销售人员可以给顾客价格套系，让顾客决定1或者2，适当的强迫顾客从1或2中作决定。

数量有限或限期是销售行业经常采用的方式，当门销售人员明确、诚恳地告知顾客时，会增加顾客在时间以及限量方面的销售，紧迫感使顾客明确若现在不购买，就会错过极好的机会。销售人员要记住，不要轻易放走顾客，顾客出了这个门就不一定会是你的顾客。在谈判过程中，给顾客强大的压力。此时（今天）就是最好的机会。