

科林·斯坦利 (Colleen Stanley)◎著 余卓桓◎译

Emotional Intelligence for Sales Success:  
**CONNECT WITH CUSTOMERS  
AND GET RESULTS**

# 销售就是要玩转情商

| 99%的人都不知道的销售软技巧 |

**成功的销售员都知道：  
销售拼的不仅是硬技巧，更需要玩转情商**

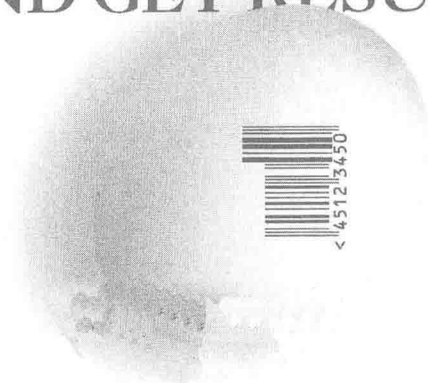
**销售大师科林·斯坦利受千万人追捧的销售课**

销售精英都在学习的销售宝典，全球多家商学院力荐的销售圣经  
苹果、谷歌、微软、大众……世界 500 强公司争相运用的销售法则  
点对点教你看清销售误区，成就销售辉煌

浅显易懂，一看就会，怎样说、如何做，扭转乾坤的技巧全在这里



Emotional Intelligence for Sales Success:  
**CONNECT WITH CUSTOMERS  
AND GET RESULTS**



科林·斯坦利 (Colleen Stanley)◎著 余卓桓◎译

# 销售就是要玩转情商

| 99%的人都不知道的销售软技巧 |



武汉出版社

(鄂)新登号08号

图书在版编目(CIP)数据

销售就是要玩转情商: 99%的人都不知道的销售  
软技巧 / (美) 斯坦利 (Stanley, C.) 著; 余卓桓译.

— 武汉: 武汉出版社, 2015.9

ISBN 978-7-5430-9351-5

I. ①销… II. ①斯… ②余… III. ①销售—方法  
IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第159994号

著作权合同登记号: 图字: 17-2015-227

Emotional Intelligence for Sales Success: Connect with Customers and Get Results  
Copyright © 2013 Colleen Stanley. Published by AMACOM, a division of the  
American Management Association, International, New York.

All rights reserved.

上架建议: 市场·营销

---

著 者: 科林·斯坦利 (Colleen Stanley)

译 者: 余卓桓

责任编辑: 雷方家

出 版: 武汉出版社

社 址: 武汉市江汉区新华路490号 邮 编: 430015

电 话: (027) 85606403 85600625

<http://www.whchs.com> E-mail: [zbs@whchs.com](mailto:zbs@whchs.com)

印 刷: 北京正合鼎业印刷技术有限公司

发 行: 北京天雪文化有限公司 电 话: (010) 56015060

经 销: 新华书店

开 本: 700×1000mm 1/16

印 张: 17.5 字 数: 252千字

版 次: 2015年9月第1版 2015年9月第1次印刷

定 价: 36.80元

---

版权所有·翻印必究

如有质量问题, 由承印厂负责调换

这本书谨献给我们优秀的客户。谢谢你们让工作变成了一件有趣的事情。感谢我的丈夫吉姆，你无条件的支持总是让我充满动力！

## 全球销售精英热烈讨论， 强烈推荐

“《销售就是要玩转情商：99%的人都不知道的销售软技巧》是今天这个时代每一位销售员都应该阅读的一本书。这本书会让每一位想在销售行业中有所成就的人有深切的共鸣。科林在本书里展现出了她高超的情商销售技能，让读者能够感受到情商具有无与伦比的价值，这种价值不仅有助于我们在当下取得良好的结果，也能够未来数年里继续保持这样的优势。”

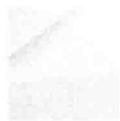
——斯宾塞·沃伦，美国食物公司的销售副总监

“在你打下一个销售电话之前，记得阅读科林的这本书！《销售就是要玩转情商：99%的人都不知道的销售软技巧》一书深入浅出，具有很强的实用性。从事销售行业的人都能够从科林的研究、经验以及得到证实的策略中得到启发。”

——珍·阿普尔盖特，《小企业的210个妙招》一书的作者，SmallBizWorldTV.com  
网站策划人

“《销售就是要玩转情商：99%的人都不知道的销售软技巧》一书与市面上其他的销售类书籍形成了鲜明的对比。情商在销售过程中所具有的重要性为很多销售员所忽视，他们也没有接受过这方面的训练。科林·斯坦利在本书里为读者们提供了鲜活的例子，一步一步地给从事销售行业的人提供实实在在的指引，这将有助于销售员更好地运用情商这一概念。这对所有销售人员与销售领导来说都是一本必读书！”

——大卫·萨斯，北美集团副总裁兼总经理



“《销售就是要玩转情商：99%的人都不知道的销售软技巧》一书必将能够帮助从事销售行业的人将情商的原则融入到销售技能的‘武器库’里。对于每一个想要取得更大成就的个人或是组织，我都强烈推荐这本书。”

——柯尔克·史莱克，ServiceMagic 公司首席运营官

“《销售就是要玩转情商：99%的人都不知道的销售软技巧》一书透彻地阐述了‘销售软技巧’对销售人员的销售生涯所产生的影响。科林在书中提出了很多富于价值的建议与策略，这些都是极为重要的。她是我们公司合作过的最优秀的销售培训师之一。这本书也将她鲜活的销售培训精华都呈现了出来，是一本绝对不容错过的好书！”

——泰德·雷德，供应与食物服务联盟主席

“科林在书中通过展现每一位销售员在日常销售过程中所面临的挑战，有效地说明认知与行动之间的差距。她将专业的销售知识与神经科学以及情商融合起来，让每一位销售员都可以从更为宏大的视野去实现销售增长的目标。”

——西蒙·罗勒，认知与发展机构的负责人

“帕罗·阿尔托研究中心已经证明了一点，那就是我们是创新与研发尖端科技方面的专家。但是在面对如何将这些科技成果转化为经济效益的时候，我们意识到销售人员的技能需要提升，从而让顾客从观望的态度转变为购买的实际行为。正如科林在这本书里所提到的，运用情商销售法则，将有助于我们消除这样的隔阂。”

——塔玛拉·圣·克莱尔，帕罗·阿尔托研究中心的首席商务官

“科林帮助她的顾客解决挑战的方法是高效、富于创造性的。更为重要的是，她能够帮助我们专注于解决根本的问题，而不是治标不治本。不论是在帮助公司机构还是个人解决销售问题时，科林所表现出来的情商都是让人印象极为深刻的。”

——麦克·萨兰，美国PCL建筑公司职业发展部的主管

## 推荐序

### 可以媲美《世界上最伟大的推销员》之销售必读书

棉花糖实验到底与销售成功有什么关系呢？当科林·斯坦利在一场销售会议上，谈论了关于小孩子是否愿意等待几分钟再吃棉花糖，那么他们就能多拿一个棉花糖的故事时，我还对此感到迷惑不解。

这个实验最后证明，这种延迟即时满足的能力对孩子日后在学校里的表现会产生重要的影响。正如科林所解释的那样，一些并不急于完成销售的销售员通常会比那些心急的销售员取得更大的成功。

我心想，哇！这位女士说得很有道理啊！接着，科林继续谈论着情商对人生各方面所起到的作用。那时候，我就知道她找到了“那缺失的链条”。

情商低的销售员经常会进行一些自我破坏的行为，即便当他们接受了最优秀的销售训练之后，也依然会出现这样的情况。与此同时，与他们同龄且具有很强交际能力与高情商的同事，做出来的成绩则会远远超过他们。

事实证明，这些所谓的“软技巧”在过去很长一段时间都为商界人士所鄙视，他们都认为这些不过是寒暄时所使用的一些套话。但是，这些“软技巧”绝对不是无足轻重的，相反，它们在销售过程中产生了举足轻重的作用。

最近，我与一群有才华的年轻销售人员进行交流，这些年轻销售员都是非常实干且有能力的。在他们到一间发展良好的公司应聘之前，就已经成功地完成了许多销售计划。这间公司的首席执行官也让我谈论一下自己早期的销售生涯——这是我

很久以来都没有认真思考过的问题。

我回想起自己在施乐公司所从事的第一份销售工作，那时，我为不断进入心灵的那种情感所吓倒了，这种情感就是恐惧！一开始，我担心自己无法适应销售的工作。接着，我开始担心自己无法达成销售任务。在我成功地完成了销售计划后，我又开始担心自己无法在日后每个月都能复制这样的成功。当我被提拔为销售主管时，我又开始担心自己无法将掌握到的经验与知识全部运用到团队管理上去。

当我将当时所感受到的焦虑告诉年轻的销售代表时，他们都轻轻地点头表示赞同，他们都知道我的意思，也都曾经感受过这样的恐惧。

我觉得自己有足够的努力去克服这种恐惧感，是我能够在销售行业里取得成功的关键因素。幸运的是，我凭借自己的摸索掌握了这样的技能。否则，我觉得自己肯定会像很多“尝试”过销售，但最终认为销售并不是适合自己的人那样，离开这个行业。

但这其实也是情商的一个方面。还有另外一个方面就是：在我销售事业的开始阶段，我在和那些与我没有共同点的人打交道时，总是无法处理得很好。我觉得一些人很难去接触，因为他们始终无法理解你的意思。而一些人则是做事慢得要死，是属于那种“便秘型”的决策者。当然，那些喋喋不休的“混蛋”与说话没完没了的人也是经常会让我崩溃的。总之，在销售过程中，什么样的人你都是会遇到的。

我不得不要学习如何面对不同类型的人，这个过程是相当艰难的。曾经有段时间，我做得很差。幸运的是，我最终还是掌握了这种能力。这才是最好的一部分，它证明了情商是可以通过学习来掌握的。在《销售就是要玩转情商：99%的人都不知道的销售软技巧》一书里，科林将会向你们展现如何发现自己在情商层面所遇到的挑战。我觉得每个人在情商层面上都是有提升空间的（虽然我经常说自己已经掌握了所有的情商技能，但事实上，我还是要在某些方面有所提升）。还有，你们将在这本书里找到许多实用的方法与策略，这将有助于你们运用正确的方法去提升自己的情商。

最后，我要说的是，无论是对个人还是团队来说，提升情商都是能够带来良好



的经济回报的：销售额会上去，资金周转期会缩短，顾客会愿意购买更多的产品，向你推荐更多的客户。但你们不要只是看我这样说，更要认真去阅读这本书！

吉尔·克纳斯，《速售与向大公司销售》一书的作者

## 自序

### 我以我的销售经验与你分享

关于指导销售员如何提升销售能力的书有很多，对我来说，写这本书只有一个理由，就是希望能够对从事销售行业的人有所帮助！我坚信一点，那就是如果本书所提出的概念与方法能够得到践行，那么销售人员的职业生涯必将能够改变。

我看到过太多的销售员勤勤勉勉地工作，最后都没有取得什么大的成绩，他们始终无法得到自己想要获得的那种收入以及满足感。为什么会出现这样一种情况呢？那是因为他们对自己面临的销售挑战做出了错误的诊断，最后也给出了一个错误的解决方法。他们只是单纯专注于提升自己的“硬”销售技巧。而事实上，阻挡着他们前进的并不是销售能力的不足，而是其他方面的因素。

通过销售的训练过程，以及对数以百位的销售员的角色扮演场景进行观察之后，我发现这些销售人员都能够以近乎完美的方式将“硬”销售技巧全部呈现出来。他们会以恰当的方式安排议事日程，提出有效的问题，清楚地知道下一步该怎么走才能够最终达成销售的目标。但有些时候，当这些销售员在面对着有如“匈奴王阿提拉”<sup>[1]</sup>那样的顾客时，他们所掌握的知识以及销售技能却始终没有用武之地。此时，这些销售员就会陷入到一种“产品推销”的状态，迅速地向顾客提出解

[1]阿提拉（Attila，406—453），他曾率领军队两次入侵巴尔干半岛，包围君士坦丁堡；亦曾远征至高卢（今法国的奥尔良地区），最后终于在沙隆之战中被迫停止向西进军。然而后来他却攻向意大利，并于公元452年把当时西罗马帝国首都拉文纳攻陷，赶走了皇帝瓦伦丁尼安三世，使西罗马帝国名存实亡。

决之道。虽然他事先就知道，这样做有可能将谈话转成一场关于价格折扣的谈话，而不是围绕着价值的咨询式销售谈话。或者，此时的销售员做出了与此相反的行动：他无法按照平常的训练去做，想不出自己该说些什么，希望这场会面能够尽快结束。

到底是什么造成了“知道该怎么去做”与“真正地去”之间的鸿沟呢？你们可以在本书里找到这个问题的答案。

佛教有一句谚语是这样说的：“弟子准备好了，师傅自然出现。”我还是比较幸运的，当我刚刚踏入销售行业时，全智能（Complete Intelligence）、马蒂·拉森以及斯科特·哈尔福德等团队就充当了我的良师，帮助我找到这个让人烦恼的问题的答案。拉森与哈尔福德都是情商研究方面的专家，与很多企业的执行官和经理都有着紧密的业务联系。他们的工作就是向这些人展示如何将情商的技能运用到他们的个人与职业角色中去。

一般来说，在对销售人员进行培训时，很少会提到情商技能。大多数的销售培训都是专注于硬性的销售技能，比方说找寻全新的销售机会，如何与客户进行谈判以及制定一锤定音的策略等。而关于同理心、亲和力与自信等软性销售技能则很少被提及。关于训练销售员如何控制自己的情绪以及他人的情绪，以便取得他们想要结果的课程，更是寥寥无几。

一些销售员擅长向潜在顾客提出问题，但如果他们缺乏同理心的情商技能，那么他们是无法传递出最为重要的信息的，比方说：“我对你的痛苦感同身受，我也真的在乎你的感受。”虽然这些销售员使用了这样的话语，但顾客感受不到来自销售人员真挚的情感，他们觉得自己只是在遭受销售员的盘问，而不是与一位值得形成合作伙伴关系的人进行会面。

还有一些销售员擅长与顾客建立亲和感，却不知道怎样与顾客建立销售渠道。他们没有始终如一地对待顾客，因为他们没有培养延迟满足的情商技能。他们没有花时间去进行策略层面上的安排与制定追求顾客的方案，而是希望能够得到即时的满足，将精力专注于容易产生结果的地方，而不是专注于更加高效的地方

上。主动性的销售方式应该推掉“当我有时间了，我就会进行销售工作”这样的借口。要是这些销售员的日程表上没有多少与顾客进行会面的安排，那么他们与顾客建立亲和感的能力就会被浪费掉。

也有一些销售员在开发顾客方面做得非常好，但当他们在一次会议上面对着一位深思熟虑的高层买家时，就会表现出缺乏自信的情商技能，以致无法以最大的利润去达成这次销售。压力之下，他们很容易退回到之前惯用的谈判策略上。此时，情感就控制了销售会议，而他们的销售技能、逻辑思维以及智慧都被抛在一边了。

所有这些情况都说明了一点，那就是掌握多方面的情商技能是可以对销售结果产生重大影响的。与拉森、哈尔福德的多次交流讨论以及我多年的销售和销售管理方面的经验，让我深信一点，那就是缺乏情商技能的训练是很多专业销售人员无法跨越认知与行动这道鸿沟的关键原因。绝大多数的专业销售人员都知道自己该怎么做，那他们为什么就不会这样做呢？

与你们很多人一样，我也成功地完成了许多销售任务。然而，我意识到自己在掌握情商技能这一方面还是存在着不足。有时，我高度的独立自主会让我不想寻求他人的帮助，不愿意聆听别人的看法与见解。因此，我错过了他人的智慧，错过了有可能存在的捷径或是本可以避免的错误。有时，缺乏对情绪的控制也会让我迅速地做出决定，对一些我原本没有想好或是要否定的事情说了肯定的话。很多年来，如何从“冲动的决策洞”逃出来的想法给我带来了诸多压力与烦恼。当时，我还不了解自我意识的情商技能所具有的力量，所以我从不会利用空闲时间去认真准确地评估，为什么相同的销售问题以及领导问题总是会在我的销售事业里出现。

也许，你们也面临过相似的问题。在阅读本书以及将本书的原则付诸实践之后，你们将会发现，这些软技巧能够给你带来实实在在的销售结果。

我是在一家位于加州卡尔斯巴德的舞蹈健身公司工作时，第一次接触销售行业的。当时，我拥有该公司的三个特许经营权，很快就知道了该怎样向学生们进行营销，以便让他们自掏腰包到运动场馆里进行锻炼。我做了自己所能想到的一切，从

雇邻居的小孩派发传单，到设立一个演讲会（因为这个演讲会只有一位演讲者——那就是我），向每一位愿意聆听的学生讲述健身与营养之间的重要性，希望能够将听众转化成付费的客户。

我的努力得到了回报。销售方面的成功让我有机会参加一场有关爵士健美操的全国培训团队会议。我到全国发表巡回演说，指导新手们创办与提升他们的企业。这是我首次接触培训工作，此时我觉得自己真的喜欢培训工作，并有这方面的天赋。

在此基础上，我非常荣幸地加入到华斯迪·斯普利特公司，这是位于田纳西州孟菲斯市的一家小企业。这里的制造商都穿着拉拉队的制服，正在举办着上百场拉拉队跳舞比赛并四处建造舞蹈营地。因为当时华斯迪公司正准备设立一个直接的销售团队，所以时间是相当紧凑的。这间公司给了很多员工非常好的成长机会，幸运的是，我就是其中的受益者之一。

我作为销售代表，开始真正进入销售行业，并一步步成为了该公司负责销售的副总裁，管理着超过130人的全国销售团队。我在华斯迪公司工作的十年里，公司的资产从800 0000美金增长到9000 0000美金，上了市，被《福布斯》杂志列入全美200家增速最快的公司名单里。华斯迪现在依然保持着高增速的发展态势，取得了巨大的成功，俨然成为了该行业规模最大的企业。

在此之后，我开始成为全职的销售培训与销售管理专业人士，并在过去14年里一直从事这方面的工作。我们受聘的主要目标就是帮助企业完成三方面的增长：销售、利润与员工的幸福感。虽然我的企业与许多客户以及行业进行过合作，但我们的顾客都有三个共同的价值观：

- 1.他们认识到教育与外界建议的重要性。
- 2.他们认识到向最重要的资产——他们的员工——进行投资的重要性。
- 3.他们将供应商视为合作伙伴。

我非常幸运能够与这些优秀的客户进行合作。

## · 你们将在本书学习到什么 ·

情商这个话题可能在某些人看来是难懂的，但没有什么是比情商更加重要的了。你们将会发现，这本书里有很多实用性的信息都是你们可以即学即用的。不要让“软技巧”一词中的“软”把你弄得晕头转向。当你将本书所提到的知识运用到现实的工作中去时，那么你绝对不会取得“软”的结果，而是实实在在的“硬”实惠。

这本书将会一步步地向你们阐述有关情商在销售行业的运用。书里提到的技能、定义以及背景知识都是按照世界顶端的评估机构旗下的多层次健康体系所开发的情商商数（EQ-i2.0）去作为评估工具的。这一评估工具能够对相互联系的情感与社交能力、技能进行全面的衡量，从而决定我们该怎样以高效的方式去表达自己，理解他人以及与他人相处，并知道如何面对日常的需求。我们在帮助客户时也是使用这一评估工具，帮他们建立起竞争的准线，发现提升的空间。我们知道需要审视与研究的地方都是可以得到提升的。

在第一章里，我们将会了解到情商以及情商在弥合认知与行动这一鸿沟中的作用。根据美国培训与发展协会的最新研究，美国企业一年花费在销售培训方面的金钱就高达200亿美金（你没看错，是200亿美金）。当企业进行了这么大的投入之后，我们肯定会期望销售员与销售组织能够圆满完成他们的销售目标。但是，销售情况依然成为困扰着很多企业的一大问题，因为这些企业没有解决一个核心的问题，当然这个问题也可以归结为对情绪管理的不了解。

第二章主要是谈论如何通过运用销售的神经科学，去更好地认识到生物学、心理学以及销售技能是可以独特的组合起来，从而帮助你实现一次成功的销售的。掌握了这一技能的销售人员，必然能够在竞争日趋激烈的销售环境下脱颖而出。

在接下来的章节里，我们将会对销售过程的每个阶段都进行认真的讨论，指出软技巧在提升销售结果上所取得的成果。比方说，诸如自我肯定的这种软技能让你

在与客户达成合作关系，而不是“买卖”关系上设定恰当的期望值。这样的认知会让你避免遭遇一系列沮丧的销售情景，比方说客户没有回复你的电话或是邮件，等等。这些软技巧能帮助你更好地把握销售机会，同时还能缩短销售周期。

同时，你们还将学会如何进行情绪控制与现实测试，这将会帮助你更好地聆听客户的心声。多年来，很多客户都在抱怨不少销售员总是喜欢说太多。现在，我将会向你们展示一套全新的学习方法与工具，帮助你们不用说太多话，却能够达成更多的销售额。

你们将会发现，自尊与自我意识的情商技能将会影响到你所接触的组织决策者。你是否还需要上一堂“高管是怎么想的”课？我认为不需要。你们已经知道该怎么做了，而这些软技能就将帮助你们更好地加以执行。

本书的最后一章会讨论情商销售方面的领袖与文化等内容。这些情商型的销售领袖在市场上具有很大的优势，因为他们能够吸引与留住优质的客户。这一方法其实很简单：优秀的人总是喜欢与其他优秀的人在一起。情商型的销售人员会更加注重与客户的关系，友善地与他人相处，这些销售人员都是终生型学习者，每天都能以积极的态度面对生活。

纵观整本书，每一章节都会以“有效步骤”作为结语，这些内容将会为你们提供具体的行动方法，以求更好地执行你在本章所学习到的软技巧。你完全可以在日常的销售生活中运用这些技巧。

### · 怎样才能从本书中学习更多 ·

此时，你们可能还在想，我是否需要重视传统的销售培训方法呢。问题的回答是绝对肯定的！我所在的公司每天都要教授基本的销售技能。但是，我发现销售人员之所以表现得不尽如人意，是因为他们在硬技巧与软技巧方面都存在着不足，这就是事实。这其实与减肥是很相似的。如果你想要以最快的速度减肥，那

么节食与锻炼就是最快的途径。我希望从事销售的人员与组织都能够以全面整体的眼光去看待销售问题以及解决之道。

当你们在阅读这本书时，记得抽出一些时间去审视自己在当前以及过去几年里的得与失。试着从不同的角度去看待这些事情，到底在过去的销售经历里，是哪些硬技巧与软技巧帮助你赢得了销售，或是让你失去了客户。

当你们在学习的时候，记得要安排好一些休息时间，以便更好地改变与提升。强硬的销售员通常都会犯这样一个错误，就是他们不舍得花时间去进行自我反思，而总是选择一往直前。结果，他们总是在销售过程中犯着同样的错误。按照斯蒂夫·普兰提斯《冷静：放慢脚步，走得更远》一书作者的说法：“你需要放慢脚步，才能够更好地加速前进。”记得花时间回头看看，认真评估自己所存在的缺点。

“放慢脚步”意味着在你阅读本书的时候，要抽出一些时间将某些内容记下来。在日常生活中不断复习这些内容，从而让这些全新的思想与概念变成你日常的习惯与思想。亚里士多德曾睿智地说：“我们都是不断重复的行为的结果。因此，卓越并不是一种行为，而是一种习惯。”

最后，我希望你们愿意践行这些全新的技能。当你们了解了所有“伟大人物”——无论他们是音乐家、演说家或是运动员——你都可以发现这些人有一个共同点：长时间的持续训练。对每个人来说，好消息是这一切都在你的控制范围之内，无论是在繁荣还是萧条的经济环境下，你都可以进行这样的训练，你不需要得到经理的批准或是赞同，这样做只是需要你愿意付出时间。

在阅读本书之后，你们将会进入到另一个层面的销售生涯，因为你们已经掌握了情商销售的技能。我之前说过这句话，我再说一遍：软技能能够给你带来实实在在的销售结果。你们是否愿意成为游戏规则的改变者呢？



- 001 推荐序 可以媲美《世界上最伟大的推销员》之销售必读书
- 005 自序 我以我的销售经验与你分享
- 001 第一章：价值百万美金的情商销售策略  
 在网络信息时代，传统的销售模式已变得越发越来越“刁钻”的客户，而已经具备良好销售技能的你又为何不能那轻松签下订单、得到回报呢？你的客户为何总是半路不定？这一切都和情商有关，了解销售中的情商运用，开启你的销售新纪元！
- 005 1.你了解销售中的情商运用吗  
 008 2.情商与销售结果  
 013 3.关于“情感回报”的商业案例  
 018 4.提升情商的有效步骤
- 025 第二章：销售与神经科学：搞定客户的秘密  
 你能肯定地说出“我是一个优秀的销售员”吗？你的客户会认真地听你的意见吗？为什么客户会在谈话过程中突然改变态度？要弄清楚这一切，你需要对神经科学在销售中的作用有全面的了解，并在此基础上总结出销售的核心内容，进而提升自我影响力。
- 029 1.如果客户是个“偏执狂”  
 034 2.“以退为进”的销售艺术  
 037 3.穿上客户要买的鞋子走上一里路  
 042 4.销售艺术之精华  
 044 5.提升自身影响力的有效步骤