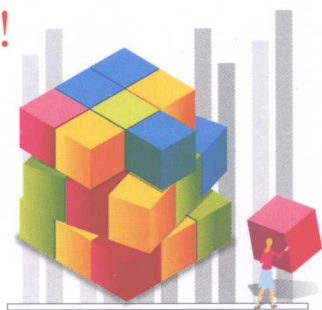


让你在销售领域脱颖而出，游刃有余！

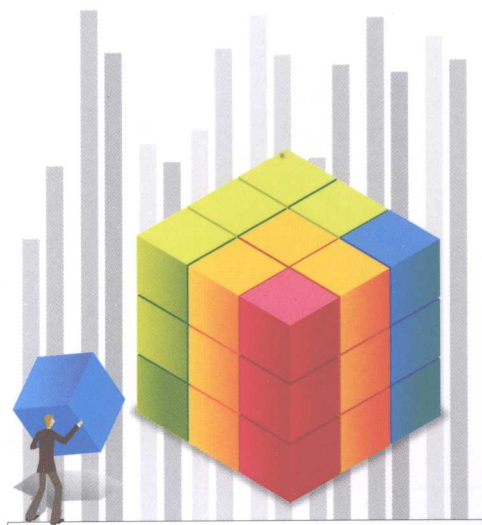


用嘴 抢订单



销售业绩高于一切

王凯 编著

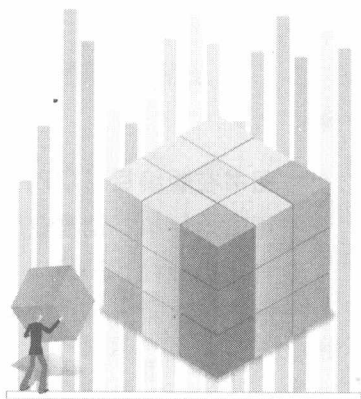


本书帮你完成：

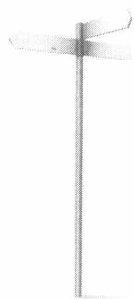
- ◆从销售新人到销售高手的快速蜕变
- ◆从零散订单到固定订单的快速提升
- ◆从业绩鸭蛋到业绩冠军的快速晋级

 企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

用嘴



抢订单



销售业绩高于一切

王 凯 编著

企业管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

用嘴抢订单：销售业绩高于一切/王凯编著. —北京：企业管理出版社，2009. 1

ISBN 978 - 7 - 80255 - 127 - 5

I. 用… II. 王… III. 销售 - 方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 213337 号

书 名：用嘴抢订单：销售业绩高于一切

作 者：王 凯

责任编辑：启 烨

书 号：ISBN 978 - 7 - 80255 - 127 - 5

出版发行：企业管理出版社

地 址：北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编：100044

网 址：[http: //www. emph. cn](http://www.emph.cn)

电 话：出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱：80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷：北京智力达印刷有限公司

经 销：新华书店

规 格：170 毫米×230 毫米 16 开本 17 印张 280 千字

版 次：2009 年 2 月第 1 版 2009 年 2 月第 1 次印刷

定 价：32.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

前 言

客户是企业实现利润的直接来源，失去客户企业将无法立足，对于销售人员来说同样如此。销售人员是连接客户与企业之间的纽带，同样需要依赖客户而生存，对于销售人员来讲，拿到订单意义非凡。

我们经常听到销售人员感叹：销售难做，订单难拿啊！很多销售人员一提到订单就头疼，订单的数量成了许多销售人员无法忍受的“紧箍咒”。但只要做一天销售员，就得戴着这个“金箍”过日子。

也有人说销售好做，许多毕业生在求职碰壁后走上了销售行业，有些人很快便在销售行业干出一番名堂，业绩也风生水起，但是这只是极少数，很多人在踏上销售行业的第一步都是碰了一鼻子灰。如果你是一个明智的人，就不可能仅仅依靠自己摸着石头过河。许多成功的销售人员在回忆起销售的起步阶段时，都承认或多或少地走了弯路。这些弯路大多是不必要的，作为销售人员应该摒弃弯路，少走弯路。

有资料表明，销售人员中有 99% 的人是失败者和平庸者，只有 1% 能够获得成功。道理再简单不过，绝大多数人在多次的失败后失去了前进的动力和耐心。能够享受成功的喜悦、顽强而执著地坚持到底的只是极少数人，在历尽艰辛后才能领略到无限的风光。

销售是一个既充满挑战又充满艰辛，但也孕育着成功的工作；这是一个不靠任何背景，完全依靠个人的智慧与能力的职业；这是一个不需要金钱，只需激情和毅力作资本的职业。许多身无分文、学历较低的人都投身于此，但这并不意味着在销售领域很容易获得成功，如果你不经意间忽视了客户的需求，客户不满意，订单就会丢掉，而拿不到订单，业绩的提升也就无从谈起。

本书从销售人员的切身体验出发，阐明做好销售的难点，并提出可行性建议。教你如何跨过新手“门”，打造出一个值得客户信任的形象，将自己推销给客户；如何成功约见客户，做好销售陈述；面对各式各样的客户，怎样做到量体裁衣，选择合适的销售策略；告诉你销售过程中，哪些问题是可以规避的，摆脱销售误区；为你解析销售环节中应该注意的细节，虽然不能做到天衣无缝，但一定要尽善尽美，不让一个订单因为你的失误而丢掉。

总之，对于一个销售人员来说，销售业绩高于一切。本书正是想你之所想，急你之所急，告诉你如何“抢”在其他人之前拿到订单。但又不仅仅是简简单单地说教，结合案例和一些金牌销售员的成功经验，以生动的语言呈现给读者。不论您是一个销售新人，还是一个营销高手，都希望您能在阅读过本书后业绩节节攀升！

编 者

目录

第一章 如何跨过新手“门”

- 1.1 超级推销员不是一天炼成的 / 3
- 1.2 成败皆因一张嘴 / 5
- 1.3 找准拿到订单的突破口 / 8
- 1.4 销售人员的十八般武艺 / 11

第二章 没有翅膀订单也会飞

- 2.1 领先一步拿下订单 / 17
- 2.2 不打无准备之仗 / 20
- 2.3 防范销售雷区,谨慎才能成交 / 23
- 销售金典:十八个心得教你抓住客户 / 26

第三章 将自己推销出去

- 3.1 推销自己是拿到订单的第一步 / 33
- 3.2 建立客户对你的信任 / 36
- 3.3 有职业精神不一定拿到订单 / 39
- 3.4 销售人员最重要的品质 / 42
- 3.5 与客户做朋友 / 45
- 销售金典:客户为什么选择你 / 49

第四章 成功约见的方法与技巧

- 4.1 成功约见七步走 / 55
- 4.2 成功约见的技巧 / 60
- 4.3 寻找正确的购买决策者 / 64
- 4.4 如何进行电话约见 / 69

第五章 塑造良好的第一印象

- 5.1 着装要合适得体 / 75
- 5.2 身体语言要恰到好处 / 80
- 5.3 好的开场白是成功的开始 / 84

第六章 做好销售陈述,把握主动权

- 6.1 什么是销售陈述 / 93
- 6.2 提高陈述技巧 / 98
- 6.3 FAB 模式的常见错误 / 102
- 6.4 产品演示的妙处 / 105

第七章 发掘客户需求,拿下订单

- 7.1 产生订单的原动力 / 111
- 7.2 产生客户需求的种类 / 114
- 7.3 找准客户的主导需求 / 117
- 7.4 发掘和创造客户需求 / 121

第八章 量体裁衣,选择销售策略

- 8.1 根据客户性格特点选择销售策略 / 127
- 8.2 根据客户职业特征选择销售策略 / 136

第九章 如何把握成交时机

9.1 成交的合适时机 / 141

9.2 成交阶段应该避免的阻碍因素 / 146

9.3 如何促成交易的方法 / 148

销售金典:销售会议——把握与潜在客户的销售机会 / 155

第十章 挖掘潜在客户资源的途径

10.1 准客户的 MAN 原则 / 161

10.2 骑马找马,开发新客户 / 165

10.3 巧妙利用媒介寻求客户 / 169

10.4 了解客户的客户 / 173

销售金典:关注竞争对手的客户 / 175

第十一章 如何应对客户异议

11.1 什么是客户异议 / 181

11.2 怎样正确处理客户异议 / 185

11.3 处理客户异议的技巧 / 188

第十二章 注意细节,赢得订单

12.1 细节决定成败 / 195

12.2 将注意细节变成常态 / 199

第十三章 接洽客户时应有的礼仪

13.1 餐桌上的风度 / 207

13.2 名片的使用方法 / 211

13.3 接洽客户时应注意的细节 / 215

销售金典:优秀销售员应具备的 20 个好习惯 / 219

第十四章 善于倾听,赢得客户

- 14.1 倾听客户才更了解客户 / 223
- 14.2 麦肯锡的客户倾听走访法则 / 227

第十五章 用好“三寸不烂之舌”

- 15.1 用赞美性的语言敲门 / 233
 - 15.2 用专业性的语言探路 / 236
 - 15.3 用妙语为销售增色 / 241
 - 15.4 面对面推销的艺术 / 245
- 销售金典:销售谈判技巧——听和问的要诀 / 248

第十六章 订单不是你生活的全部

- 16.1 合理安排时间让工作更轻松 / 255
- 16.2 缓解工作压力让生活更轻松 / 260

第一章

如何跨过新手“门”

通过学习本章,你将知道:

- 1.1 超级推销员不是一天炼成的
- 1.2 成败皆因一张嘴
- 1.3 找准拿到订单的突破口
- 1.4 销售人员的十八般武艺

做销售人员很容易，这一点从销售人员的人员结构就可以看出来，但是成为业绩冠军就不容易了。美国的调查表明，超级推销员的业绩是一般推销员业绩的 300 倍。在许多企业，80% 的业绩是 20% 的推销员创造出来的，这 20% 的人并不是俊男靓女，也非人人能言善道，成功的途径多种多样，但是，成功也有共同点，就是他们都能用语言说服客户，拿到订单。

1.1 超级推销员不是一天炼成的

假设你接到这样一个任务，在一家超市推销一瓶红酒，时间是一天，你认为自己有能力做好吗？你可能会说：小菜一碟。那么，再给你一个新任务，推销汽车，一天一辆，你做得到的吗？你也许会说：那就不一定了。

如果是连续多年都是每天卖出一辆汽车呢？您肯定会说：不可能，没人做得到。可是，世界上就有人做得到，这个人在 15 年的汽车推销生涯中总共卖出了 13001 辆汽车，平均每天销售 2 辆，而且全部是一对一销售给个人的。这个人就是乔·吉拉德，他也因此创造了吉尼斯汽车销售的世界纪录，同时获得了“世界上最伟大推销员”的称号。

推销是靠嘴吃饭的职业。有一部分推销员口才很不错，打开话匣子以后口若悬河不停顿，根本不给客户提问的机会，自己讲完了如释重负感觉很好，客户说话了：“我很忙，以后再说吧！需要的时候跟你联系。”推销员还没有缓过神来，客户已经走了。作为推销员必须具有良好的素质：

一、知识素质

现代市场流通首先是一种“知识”的流通。市场经济是一种高度社会化分工协作的经济，生产分工割断了生产过程与消费过程的直接联系，市场这个纽带可以再把它们连结起来，而销售人员则是这种联系的媒介。

(1) 销售人员必须把产品的各种知识介绍给用户，让客户了解生产者的意图。当然，要推销产品，必须先掌握知识。首先**推销知识，然后推销产品**，这是现代市场销售工作的一个主要特征。一名优秀的市场销售人员至少应掌握一般的文化常识、产品知识和推销常识这三大类基本知识。

(2) 掌握产品知识，是为了更好地了解自己所推销的产品，更好地向客

户介绍产品,从而增强自己的推销信心和顾客的购买信心。

(3) 掌握文化常识和推销知识,是为了更好地了解自己的推销对象和推销环境,更透彻地了解客户,更有效地接近和说服客户,提高推销效率。现代产品技术加入科技含量,顾客又变化无常,现代推销工作要求越来越高。

二、心理素质

良好的心理素质是销售人员所必须具备的又一个基本条件。销售人员成天与人打交道,要经受无数次的挫折与打击,要应付形形色色的推销对象,必须加强心理训练,培养正确的推销态度。

(1) 首先要有推销信心。没有信心,则一事无成。如果你自己都不相信自己,也就很难指望别人会相信你。当然,信心首先来自于知识,包括知人、知物、知事、知情、知己和知彼等等,而不是盲目的自信。

(2) 爱心是力量的源泉和成功的保证。只有热爱生活和工作的人才会信心百倍,勇敢地去面对一切。

(3) 耐心非常重要。“百问不烦,百选不厌”这句话说起来容易,做起来比较困难。

(4) 热心万不可少。真诚待客,热情服务,这正是推销精神的一大支柱。

此外,还有良心、恒心、虚心等等。总之,销售人员应该培养热情、开放、大方、得体的推销心态,成为一名企业外交官。

许多推销新手总希望自己的推销能够立竿见影,畏惧于“无功而返”,其实正因为他没有了解到推销工作的这个基本特性。质变,需要量变的积累。很多可以期待的成功,总是夭折于量变过程中的放弃。“超级推销员”的耐力和坚持并不是盲目的,在于认清了这个客观规律,因此能够坦然面对,积极进取。

1.2 成败皆因一张嘴

产品的销售过程不是销售人员唱独角戏，客户也不仅仅是听众，与客户沟通要以客户为中心，一切话题都围绕客户关心的问题，双向交流，真诚沟通。销售人员要弄清楚客户的真实意图，用最合适的方案，组织最精炼的语言解释客户所提出的问题。有效沟通必须形成良好的互动，销售人员不要忘记不是你说服客户，而是客户自己做出明智的选择，谁也不愿意败在别人手下成为别人的战利品，你愿意被别人说服吗？

一个乡下来的小伙子去应聘城里一家“世界上最大”的“应有尽有”百货公司的销售员。老板问他：“你以前做过销售员吗？”

他回答说：“我以前是村里挨家挨户推销的小贩子。”老板喜欢他的机灵：“你明天可以来上班了。等下班的时候，我会来看一下。”

一天的光阴对这个乡下来的穷小子来说太长了，而且还有些难熬。但是年轻人还是熬到了5点，差不多该下班了。老板真的来了，问他说：“你今天做了几单买卖？”“一单，”年轻人回答说。“只有一单？”老板很吃惊地说：“我们这儿的售货员一天基本上可以完成20到30单生意呢。你卖了多少钱？”“30万美元，”年轻人回答道。

“你怎么卖到那么多钱的？”目瞪口呆，半晌才回过神来的老板问道。

“是这样的，”乡下来的年轻人说，“一个男士进来买东西，我先卖给他一个小号的鱼钩，然后中号的鱼钩，最后大号的鱼钩。接着，我卖给他小号的鱼线，中号的鱼线，最后是大号的鱼线。我问他上哪儿钓鱼，他说海边。我建议他买条船，所以我带他到卖船的专柜，卖给他长20英尺有两个发动机的纵帆船。然后他说他的大众牌汽车可能拖不动这么大的船。我于是带他去汽车销售区，卖给他一辆丰田新款豪华型‘巡洋舰’。”

老板后退两步，几乎难以置信地问道：“一个顾客仅仅来买个鱼钩，你就能卖给他这么多东西？”

“不是的，”乡下来的年轻售货员回答道，“他是来给他妻子买卫生棉的。我就告诉他‘你的周末算是毁了，干吗不去钓鱼呢？’”

只有充分理解客户，才能让客户认同你。销售人员在和客户的沟通过程中，不仅要使用文明的语言、保持谦和的态度以外，且在沟通和谈话的方式方法上，还需要注意一些细节性问题。自己在和客户谈话时，应该禁忌以下“六嘴”。

1. 和客户交谈之中禁忌“闭嘴”

所谓的“闭嘴”，就是一言不发，从而使交谈变相地冷场，导致不良的后果。在客户侃侃而谈的过程中，自己始终保持沉默，会被视为对客户所谈的话不感兴趣。本来双方洽谈甚欢，一方突然“打住”，会被理解成对对方没有诚意，或对话题感到厌倦。所以，一旦碰上无意之中所出现的交谈“暂停”，推销员一定要想办法尽快地引出新话题，或转移旧话题，以激发客户的谈话情绪。

2. 和客户交谈之中禁忌“插嘴”

所谓的“插嘴”，就是在客户讲话的过程中，自己突然插上一句，打断客户的话。

推销员在一般情况下，都不应该打断客户讲话，从中插上一嘴，这样会喧宾夺主、不尊重客户。如果确实想对客户所说的话表达自己的不同见解，也需要静待客户把话讲完。

如果打算对客户所说的话加以补充，应先征得客户的同意，先说明“请允许我补充一点”，然后再“插”进来。不过“插嘴”时间不宜过长、次数不宜过多，免得打断客户的思路。有急事打断客户的谈话时，要先讲一句“对不起”。

3. 和客户交谈之中禁忌“脏嘴”

所谓的“脏嘴”，就是说话不文明，满口都是“脏、乱、差”的语言。作为一个有素质的销售人员是要禁忌的。

4. 和客户交谈之中禁忌“油嘴”

所谓的“油嘴”，就是说话油滑，毫无止境地胡乱幽默。谈吐幽默是一种高尚的教养。在适当的情境中，使用幽默的语言讲话，可以使人们摆脱拘束不安的感觉，变得轻松而愉快。此外，它兼具使人获得审美快感、批评和讽刺等多重作用。然而幽默也需要区分场合与对象，需要顾及自己的身份。要是到处都“幽他一默”，就有可能被客户认为油腔滑调，从而招致客户的反

感。

5. 和客户交谈之中禁忌“贫嘴”

所谓的“贫嘴”，就是爱多说废话，爱乱开玩笑。爱耍“贫嘴”的人，动不动就拿客户来调侃、取笑、挖苦一通。不是没话找话，话头一起就絮絮叨叨；耍“贫嘴”的人，既令人瞧不起，又让人讨厌。

6. 和客户交谈之中禁忌“拌嘴”

所谓的“拌嘴”，就是喜欢跟别人争辩，喜欢强词夺理。他们自以为“真理永远在自己手中”，自己永远正确。爱“拌嘴”的销售人员，“没理争三分，得理不让人”，这种人永远不受客户的欢迎。

1.3 找准拿到订单的突破口

作为销售行业的从业人员，相信总是有被拒绝的情况发生，这些拒绝就像一道无法逾越的屏障，有些人面对着它一筹莫展，最终怀疑自己不是块做销售的料，从而离开这个行业；有些人则在遭到拒绝后逐渐成长，从而成为一名伟大的销售员，拥有令人羡慕的收入。

1. 拒绝是接受的开始

客户的拒绝，是一种常规的态度。你应该考虑：为什么客户不接受我的产品？是产品不对路还是我的推销策略有问题？你应该了解：我已经把信息传递给了他，以后可以寻找恰当的时机和方式重新达成交易。

不停地被拒绝与不停地访问，这些简单的事情必须重复做，但是在重复中需要不断总结。只有这样你敲门的次数会越来越少，敲开门被拒绝的次数会越来越少。

2. 准备拜访客户时要尊重对方的时间

如果直接到访，应该通过前台、秘书，阐明来意，陈述利害关系。并积极地与之沟通，从中你可以大概了解这个公司的一些情况，并与之交换名片等，这样你下次来访的阻力就不会太大了。

如果是电话拜访，可以在电话中把你去拜访他并将你公司的产品先告知一些，并有针对性地就基本问题先在电话里尽量沟通，为下次见面，双方交谈留下一些问题和话题，再见面自然就像老朋友一样。

如果约见到客户并共进一次便宴，那是再好不过的事情，可以把陌生感完全消除，与未来的客户建立友谊，既然感情能够那么融洽，生意自然好做了很多。

切忌想当然地直接闯入，直接找最高层，见到负责人不厌其烦地自说自话，完全不顾及别人的时间安排，这样没有沟通的“填鸭式”拜访，在常规状态下是一定会失败的。

3. 正确掌握客户信息

现在是一个多变、快变、巨变的时代，无论是市场，还是政府、企业之