

普
华
经
管

正略钧策
ADFAITH

破解销售 的 23个难题

销售**诀窍**集锦与**经典**范例

罗 宇 编著

诀窍是第一销售力

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

破解销售的 23 个难题

罗宇 编著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

破解销售的 23 个难题 / 罗宇编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2008. 9

ISBN 978-7-115-18538-9

I. 破… II. 罗… III. 销售—方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 109758 号

内 容 提 要

为销售人员破解销售疑惑, 全书共汇集销售过程中最前沿的 23 个难题, 每一难题均以古今中外的成功故事开场, 用蜻蜓点水的手法引出销售疑难所在, 然后用“身临其境”的销售案例展开对难题的论述, 紧接着就是销售难题的核心部分——“难题破解”, 最后以故事收尾, 让销售人员“学有所思”。文中以表格和流程图的形式, 具体详细地阐述了解析难题的步骤、方法及技巧。

本书脉络清晰, 简洁直观, 方法巧妙实用, 具有很强的可操作性, 能够切实解决广大销售人员的实际困难和工作疑惑, 全面提升销售人员的销售能力与工作绩效。

本书非常适合专业销售人员、客户管理人员使用。

破解销售的 23 个难题

◆ 编 著 罗 宇

责任编辑 王莹舟

执行编辑 王华伟

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 15

2008 年 9 月第 1 版

字数: 200 千字

2008 年 9 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-18538-9/F

定 价: 29.80 元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

前言

有地图者不迷路，有方法者不盲目。在销售市场竞争日益激烈的今天，销售诀窍显得至关重要。销售诀窍决定销售的成败，这一理论已经得到了越来越多的销售人员和销售大师的认可。那么，销售诀窍到底是什么呢？

当你成功地破解了销售的难题，实际上也就等于你掌握了销售的诀窍。

任何事情的成功都非一日之功，任何人都是在不断的学习和思考中慢慢成长起来的，在掌握一定的理论知识之后渐渐将经验内化，升华，再运用，直至最后体现出它的科学价值。而对于销售这门艺术性、实践性和应用性都很强的学科来说，学习与实践往往更加充满艰难险阻，困惑重重。

美国摩根财团在世界上享有盛誉，他的创始人摩根在创业之初非常艰难，和妻子靠卖鸡蛋为生，但是身材高大的摩根卖的鸡蛋数量远远少于瘦小的妻子。这个疑问困惑了他很长时间，他一直都找不到答案，为什么同样的鸡蛋自己卖出的数量就那么少呢？

终于有一天，他弄清楚了问题的原因所在。他在卖鸡蛋的时候，总是用他大大的手掌托着鸡蛋，这样买鸡蛋的人总是觉得他的鸡蛋太小；而妻子身材娇小，相对手掌也小，这样把鸡蛋放在手里就会显得鸡蛋较大。弄清楚这一原因之后，他开始想办法，他买来小而浅的盘子，把鸡蛋放在里面卖，这样就显得鸡蛋要大很多，于是跟他买鸡蛋的人就多了起来。但是，上进心强的摩根根本不满足于这些，他想卖鸡蛋都藏有这么深的学问，那么经营的学问一定更大，于是便开始了对经营学、管理学甚至心理学的研究和探讨。最后，他创建了位居美国榜首的摩根财团。

垂首思考，销售人员面临的问题不也像摩根卖鸡蛋那样吗？

销售人员只有面对问题，成交才会有希望；只有敢于正视问题，解决问题，销售才能得以前进。但走走停停，停停走走，总有许多问题使人困惑，下一个路口，左走还是右转？销售的道路上总免不了磕磕碰碰，焦心劳力。面对众多的销

售难题，我们的销售人员将何去何从？

为了帮助销售人员节省更多的时间与精力，减少销售长路上的苦苦摸索与羁绊，更快地实现自己的销售壮举，我们特意编写了此书。全书汇集了销售过程中最前沿的23个难题，全面系统地讲解了销售人员从跨入销售行业到实现销售成功全过程中所遇到的各种难题，从专业知识的储备到销售仪容礼仪的要求，从开发新客户到成功预约，从交易的谈判到订单的签署，从售后服务到客户关系的维护等，每一个细节、每一个难题都会详尽地分析解答。

书中的每一章都是以古今中外意味深长的成功故事作为起始部分，通过“蜻蜓点水”、“身临其境”和“难题破解”三部分详细讲解销售中遇到的难题及解决方法，最后通过“学有所思”让大家有所启发，通过细致的思考，化解心中的疑惑。

全书文字生动形象，富有趣味性，避免了令人生厌的枯燥讲解方式，大大提高了读者的阅读兴趣，帮助读者在兴趣盎然的阅读中悄然冰释各种销售难题，让销售长途不再可畏。

商海弄潮，有备者胜。本书正是销售人员的一本手边常备书，助你破解各种销售难题，走出销售迷局，实现销售的实质性飞跃。

目 录



难题一 我的客户在哪里

这样一来，北美市场肉类由于紧缺导致价格暴涨，亚默尔瞅准时机，即刻把饲养在东部的肉牛和生猪高价出售，仅仅三个月时间就净赚了900万美元。



蜻蜓点水----- 1



身临其境----- 2



难题破解----- 4



学有所思----- 8



难题二 如何掌握竞争者信息

柯达公司面对不利处境，不甘示弱，他们迅速组织专家讨论反击策略。经过研究分析，他们发现，富士公司所谓的独占市场就是他们仅仅占领了……



蜻蜓点水----- 11



身临其境----- 11



难题破解----- 12



学有所思----- 19



难题三 怎样实现老客户转介绍

这时全世界记者的相机都集中在赫鲁晓夫的身上，对于百事可乐来说无疑是一个特殊的、影响力最大的广告。百事可乐因此而名震全球，销量远远超过可口可乐，稳稳地站立在前苏联的饮料市场上。



蜻蜓点水----- 21



身临其境----- 22



难题破解----- 23



学有所思----- 27



难题四 怎样顺利预约客户

约翰逊一连坚持了几个星期拜访这家旅馆的经理，并不断在这位经理所到的一切活动场所中出现，他甚至在这家旅馆包

下一个房间，希望能有更多的机会接触到这位经理。但是，固执的经理坚决不要约翰逊的面包。

 蜻蜓点水..... 30

 身临其境..... 30

 难题破解..... 31

 学有所思..... 41



难题五 什么方法接触客户效果更好

建筑师好心地提醒亚当斯：“柯达先生的时间观念很强，他只有五分钟的谈话时间，如果你说超过五分钟，你将会毫无机会。他总是说到做到，是个非常认真的人。”

 蜻蜓点水..... 44

 身临其境..... 44

 难题破解..... 45

 学有所思..... 54



难题六 如何与客户建立初步的信任关系

于是，苏拉又回到家里，这次，他经过一个月的苦苦练习，终于悟出了“发自

内心如婴儿般天真无邪的笑容最迷人”。

 蜻蜓点水..... 56

 身临其境..... 56

 难题破解..... 57

 学有所思..... 63



难题七 如何分析客户的购买心理

但是，大家没有想到的是野心勃勃的洛克菲勒并没有罢休，他觉得只要抓住这些石油原产地中小企业的弱点进行反攻，就能分化同盟，反败为胜。

 蜻蜓点水..... 65

 身临其境..... 65

 难题破解..... 67

 学有所思..... 72



难题八 如何掌握客户的实际需求

诺·普鲁奇根本没有按照老板的要求去做，而是对市场现状和客户购买需求进行全面分析……

 蜻蜓点水..... 75

	身临其境-----	76
	难题破解-----	77
	学有所思-----	80



难题九 如何改变客户的购买决策

于是，价格就在 2150 万和 2800 万之间对峙，双方都没有留下活动的余地，由于荷伯没有了解到矿主的相关信息，所以谈判陷入了僵局。

	蜻蜓点水-----	83
	身临其境-----	83
	难题破解-----	84
	学有所思-----	88



难题十 如何引导客户

秦穆公立即答应撤兵，并与烛之武立下盟约。秦军不但退兵，还悄悄留下杞子三位将军和两千秦军替郑国守城。

	蜻蜓点水-----	91
	身临其境-----	91
	难题破解-----	92

	学有所思-----	100
---	-----------	-----



难题十一 如何运用提问策略

销售人员汤姆·霍普金斯一次来到爱斯基摩人的地方，推销他的冰块，这简直让人难以相信。

	蜻蜓点水-----	103
	身临其境-----	104
	难题破解-----	105
	学有所思-----	110



难题十二 如何向客户推介产品

艾利森紧接着说道：“那么，如果厂房温度是 75 度，然后您再加上 72 度，总数是 147 度，如此一来，您把手放在 147 度的热水龙头下，您的手不就会被烫伤了吗？”

	蜻蜓点水-----	113
	身临其境-----	113
	难题破解-----	115
	学有所思-----	122



难题十三 如何让客户爱上我们的产品

拍立得照相机便大显神威，把一些精彩的镜头抢拍下来，这些照片马上被送到游客手中，高清晰的拍摄效果让大家惊叹不已。于是，游客们对拍立得照相机产生了极大的兴趣，大家争相购买，场景极为壮观。

-  蜻蜓点水 124
-  身临其境 124
-  难题破解 126
-  学有所思 131



难题十四 如何掌握报价的艺术

这一几乎让人跳楼的价格应该会吸引很多客户的眼球吧，可是万万没有想到，光顾的客户反而更少了，除了路过的人懒懒地投过目光之外，几乎无人问津，结果销量几近为零……

-  蜻蜓点水 134
-  身临其境 135
-  难题破解 136
-  学有所思 140



难题十五 怎样应对客户的讨价还价

想不到犹太商人要价变得更高，声明少于9万美元不卖。美国人觉得委屈，心想少了一幅还要卖9万美元，于是便要求降价……

-  蜻蜓点水 143
-  身临其境 143
-  难题破解 145
-  学有所思 148



难题十六 如何有效促成交易

在进行一段时间谈判后仍然没有效果，为了防止夜长梦多，只得答应买主，最终以10万元的价格买下了这批设备，双方当场签订合同并且当场交下定金。

-  蜻蜓点水 151
-  身临其境 151
-  难题破解 153
-  学有所思 160



难题十七 客户抱怨、投诉怎么办

他在柜台前挑来选去，上等的瓷器他不要，偏偏挑选一种朴实便宜的青花瓷盘，并且要一件件地开包挑选。当他拿起第一个瓷盘时，认为上面的花纹不够精美，于是丢在一边。这时，营业员贝克抓起客户丢开的瓷盘“啪”的一声摔到了地上……



蜻蜓点水..... 162



身临其境..... 163



难题破解..... 164



学有所思..... 175



难题十八 客户要求退换货怎么办

这一经营方式执行以后，立即出现了惊人的效果，原先经常出现客户要求退换货的情况突然减少；同时，公司的客户群迅速扩大，营业额也因此而迅速攀升。



蜻蜓点水..... 177



身临其境..... 177



难题破解..... 179



学有所思..... 182



难题十九 如何成功收取拖欠款

山口藤一天天冥思苦想。这天，他终于想到了好的办法，他再次来到客户的公司催讨欠款……



蜻蜓点水..... 185



身临其境..... 185



难题破解..... 186



学有所思..... 191



难题二十 如何为客户关系保鲜

当买主还没走出我们商店的大门，我的儿子就已经把一封感谢信写好了，我每个月都要发出1.3万张明信片……



蜻蜓点水..... 193



身临其境..... 193



难题破解..... 194



学有所思..... 201



难题二十一 怎样合理安排营销时间

忽然，他灵机一动，心里有了主意。他想，办事情一定要达到高效率，时时处处统筹兼顾，巧妙安排好财力、物力、人力和时间，这样才能事半功倍。

 蜻蜓点水..... 204

 身临其境..... 204

 难题破解..... 206

 学有所思..... 211



难题二十二 大客户应该怎样管理

拉索吉之所以这样做，就是为了构建自己的关系网络，维护客户关系，在他“不理智”的背后却蕴含了大客户管理的技巧。

 蜻蜓点水..... 213

 身临其境..... 213

 难题破解..... 214

 学有所思..... 221



难题二十三 如何防止大客户跳槽

当客户在一条商业街购物时，通常不甘心走进第一家店便轻易成交，他总是得走走看看，货比三家，担心自己上当。当客户比较得差不多时，便会找一家合适的店成交……

 蜻蜓点水..... 223

 身临其境..... 224

 难题破解..... 225

 学有所思..... 228

出版



难题一 我的客户在哪里

菲利普·亚默尔是亚默尔肉类加工公司的老板，他平时有看报纸的习惯，即使生意繁忙，也会让秘书送来当天的各种报刊。

终于，他的坚持收到了成效，一天上午他像往常一样细心地阅读着报纸，突然一条“墨西哥被怀疑有瘟疫”的信息吸引了他的眼球。他想，如果墨西哥发生了瘟疫，那么很快就会传到北美肉类主要供应基地加州、德州，如此一来，全国肉价就会因为肉类供应不足而上涨。于是，他派人到墨西哥实地调查，得知情况属实后，便立刻开始集中资金大量收购加州和德州的肉牛和生猪，然后运到较远的东部饲养。

几个星期后，瘟疫就从墨西哥传到了联邦西部的几个州，这样一来，北美市场肉类由于紧缺导致价格暴涨，亚默尔瞅准时机，即刻把饲养在东部的肉牛和生猪高价出售，仅仅三个月时间他就净赚了900万美元。

亚默尔的成功并非偶然，而是他长期坚持阅读报纸、积累信息的结果。为此，他安排了专门负责搜集信息的部门，坚持每天搜集，然后对主要信息进行分类整理并做出合理的评价，最后送到亚默尔办公室。



菲普利·亚默尔的900万美元正是来自于他平时一直坚持的习惯，我们可以看出，搜集信息在商业活动中是多么地重要。

对于销售人员，要想顺利实现销售，客户信息必定是关键环节中的关键。销售前的首要工作是开发潜在客户，大量搜集客户资料。然而，分区域地毯式搜寻客户和毫无目标的陌生拜访，不但效率低下、浪费时间，而且疲惫和频繁的拒绝还会不断吞噬销售人员的自信心。要寻找潜在客户一定要制订精密的工作计划，大量搜集客户资料并进行整理归类，以确保客户信息的时效性和真实性。

兵书上讲“知己知彼，百战不殆”，做销售也是同样的道理。只有成功获取客户信息，才能为销售工作的顺利开展和进行做好充分的准备工作。



身临其境

一名销售人员得知刘先生三个月前买了一台家用电脑，于是想打电话给对方，推销相关音响设备。

销售员：“刘先生，您好！您三个月前买了一台××牌子的家用电脑，是吗？”

客 户：“没有啊！”

销售员：“怎么会呢？我这里有您的资料啊，您是三个月前买了电脑吧？”

客 户：“没有，没有。你一定是打错了。”

销售员：“您不是说您是刘先生吗？”

客 户：“我是姓刘，但根本没买电脑，你一定打错了。”（挂断电话）

销售员：……

放下电话，销售人员感到很疑惑，于是对照了本子上和拨过的电话，也没有发现错误，这时旁边的同事提醒他说：“你是不是本来就记错了？”他这才恍然大悟。电话号码没有抄写正确当然无法联系，凑巧的是两个号码的主人都姓刘。

这是一个失败的沟通，再看另外一位销售人员是怎样和客户进行沟通的：

销售员：“刘先生，您好！您最近买了一台家用电脑，是吗？”

客 户：“是啊！”

销售员：“质量怎么样，感觉好吗？”

客 户：“嗯，很好，感觉不错。”

销售人员：“那真是太好了！您真有眼光，佩服。刘先生，听说您买的是××牌子的电脑，正好我公司最近新出了与××牌子电脑配套的音响系统，您愿意评价一下吗？”

客 户：“好啊，你说说它的特点和性能。”

销售员：……

客 户：“听起来真不错，很想试试看，只是最近上班一直很忙，没有时间啊。”

销售员：“我知道您是个大忙人，所以我已经想好了，星期天您休息的时候给您亲自送过去，而且试用的话也不会耽误您太多休息时间，您看怎么样？”

客 户：“这倒是可以，只是你们周末不是也不上班吗？”

销售员：“没关系，我们销售工作就是这样，这个您不必担心。”

客 户：“你真是敬业啊，对了，还不知道你怎么称呼呢？”

销售员：……

交谈继续中……

场景浅评：

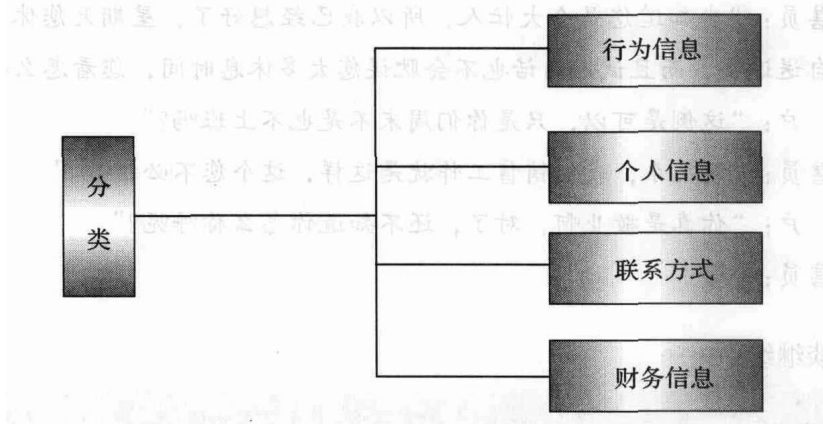
案例中，第一个销售人员连客户的联系方式都不能正确掌握，开发工作当然失败。而第二个销售人员，不但了解客户的基本信息、掌握客户所购电脑信息，并站在客户立场上设身处地地为客户考虑问题，比如：“听说您买的是××牌子的电脑，正好我公司最近新出了与××牌子电脑配套的音响系统，您愿意评价一下吗？”“知道您是个大忙人，所以我已经想好了，星期天您休息的时候我亲自送过去……”对客户信息的详尽了解为他以后的跟进工作的顺利进行、准确把握客户购买心理打下了良好基础，成交就近在咫尺了。

❓销售人员如何在有限的时间内，高效率地掌握更多的客户信息呢？

难题破解

一、客户资料的搜集内容

无论是制定企业的经营战略，还是为客户量身制订销售计划，都需要在信息尽量全面完整的前提下进行。只有掌握尽量完备的客户资料，才能有效地把握客户的购买心理，具有针对性地进行产品推销。客户资料的搜集内容具体包括以下几个方面：

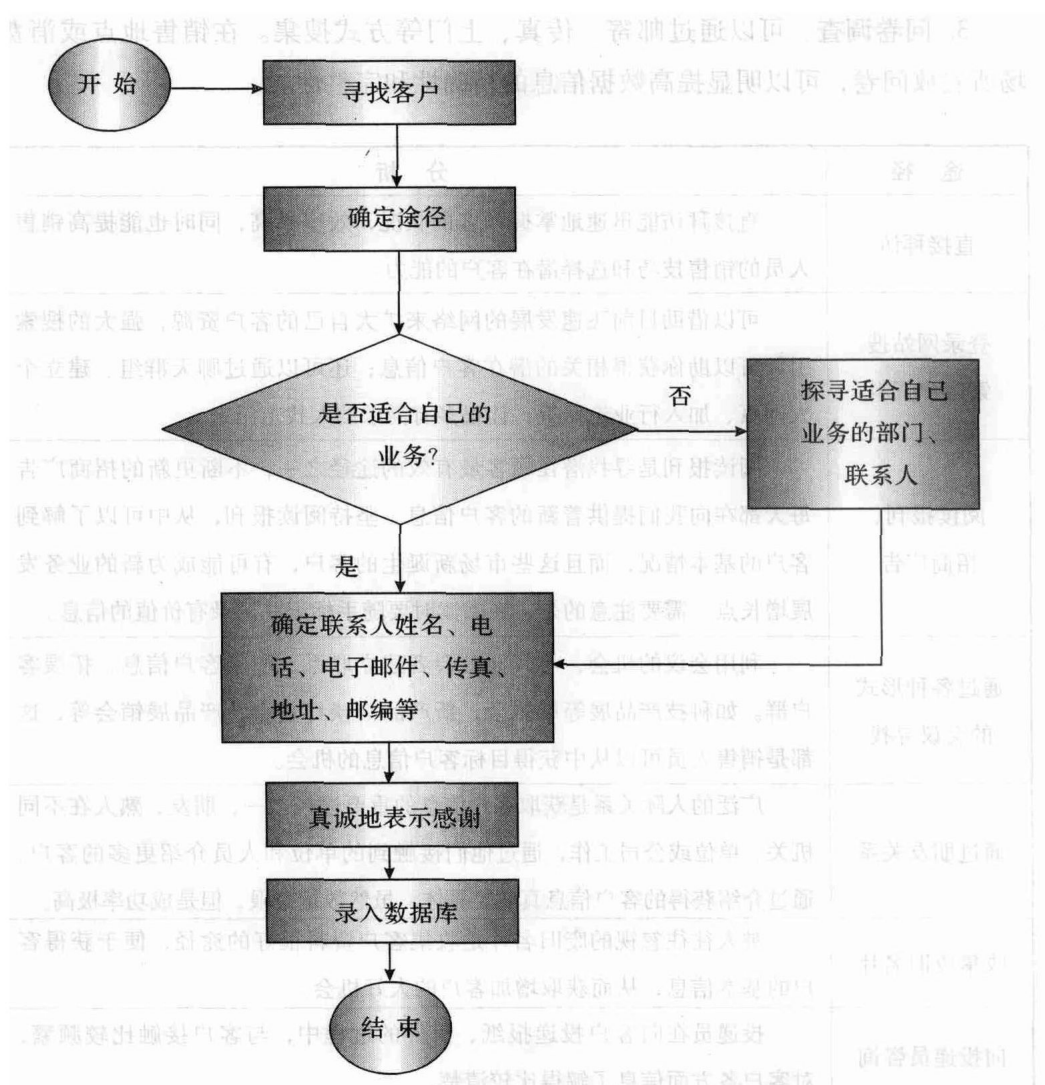


分 类	具体内容
行为信息	通常，销售人员要掌握与客户曾经交易的记录，目的是了解客户曾经做了什么、每次的订货量以及订货的频率等相关信息，包括订货、询问、对特价品或竞赛活动的反应、回应方式、每次发生的纠纷、延迟交货等方面的详细资料。
个人信息	关于客户的个人信息包括：姓名、年龄、婚姻状况、就业状况、收入阶层、工作性质、信用状况等。如果客户不是个体消费者而是企业，那么应掌握的企业客户有关信息包括：企业名称、部门或分公司、电话号码、电子邮件、主要产品或服务。
联系方式	联系方式是销售人员与客户取得联系的关键，因此，联系方式一定要准确、全面。销售人员要掌握的客户联系方式有：通信地址、地区代码、销售区域等。如果客户不是个人而是企业，需要了解的客户信息有：公司具体的通信地址、公司类型、地区代码、联系电话、传真、员工人数等。

(续表)

分 类	具体内容
财务信息	掌握客户财务信息是了解客户财务收支状况的有效方法，需要掌握的客户财务信息主要包括：账户类型、第一次订货日期、最近一次订货日期、平均付款期限、信用度等。

二、客户资料的搜集过程



三、客户资料的搜集途径

客户资料的搜集方式常用的有三种：现场采访、电话搜集、问卷调查。

- 1. 现场采访。现场采访是收集客户信息的常用方式之一，地点选择灵活，可在街道上，也可到消费者的家中进行，还可在采访公司或公司的中间商那里进行。
- 2. 电话搜集。电话沟通省去了采访不同地区的顾客所需的附加费用，且容易控制。
- 3. 问卷调查。可以通过邮寄、传真、上门等方式搜集。在销售地点或消费场所发放问卷，可以明显提高数据信息的精确性和完整性。

途 径	分 析
直接拜访	直接拜访能迅速地掌握顾客的状况，效率极高，同时也能提高销售人员的销售技巧和选择潜在客户的能力。
登录网站搜索客户资料	可以借助目前飞速发展的网络来扩大自己的客户资源，强大的搜索引擎可以助你获得相关的潜在客户信息；还可以通过聊天群组、建立个人网页、加入行业论坛等，让很多有需求的人找上门来。
阅读报刊、招商广告	阅读报刊是寻找潜在顾客最有效的途径之一，不断更新的招商广告每天都在向我们提供着新的客户信息。坚持阅读报刊，从中可以了解到客户的基本情况，而且这些市场新诞生的客户，有可能成为新的业务发展增长点。需要注意的是，在阅读时要随手标记并记录有价值的信息。
通过各种形式的会议寻找	利用会议的机会，与其他参会者建立联系，积累客户信息，拓展客户群。如科技产品展等展览会、新产品洽谈订货会、产品展销会等，这都是销售人员可以从中获得目标客户信息的机会。
通过朋友关系	广泛的人际关系是获取客户信息的重要途径之一，朋友、熟人在不同机关、单位或公司工作，通过他们接触到的单位和人员介绍更多的客户。通过介绍获得的客户信息真实、具体，虽然数量有限，但是成功率极高。
收集废旧名片	被人往往忽视的废旧名片是收集客户资料很好的途径，便于获得客户的基本信息，从而获取增加客户的大好机会。
向投递员咨询	投递员在向客户投递报纸、信件的过程中，与客户接触比较频繁，对客户各方面信息了解得比较清楚。