

成功銷售員必備的寶典

Sales Effectiveness Training

銷售效能訓練

企管及銷售效能訓練權威

卡爾·塞斯、湯瑪斯·哥頓博士 / 合著◎張彤 / 譯



世茂出版社
SHY MAU PUBLISHING CO.

企業管理叢書



⑩

銷售效能訓練

定價180元

作者 卡爾·塞斯、湯瑪斯·哥頓
譯者 張 彤
編輯 黃素妮、羅煥耿、賴如雅、莊素韻
企劃 沈鴻雁

發行人 林正中
出版者 世茂出版社
負責人 簡泰雄
地址 (231) 台北縣新店市民生路 19 號 5 樓
電話 (02) 2183277 (代表) · FAX: (02) 2183239
劃撥 07503007 · 世茂出版社帳戶
登記證 行政院新聞局登記版台業字第 3208 號

電腦排版 龍虎電腦排版股份有限公司·辰皓
印刷 長紅彩色印刷公司
初版一刷 1994年11月
二刷

SALES EFFECTIVENESS TRAINING

Copyright©1993 Carl D. Zaiss And Effectiveness Training Inc.
Chinese language publishing rights arranged with Penguin U.S.A.
through Big Apple Tuttle-Mori Agency, Inc.
Chinese language copyright © 1994 Shy Mau Publishing Co.

PRINTED IN TAIWAN

合法授權●翻印必究

●本書如有破損、倒裝、缺頁，敬請寄回本社更換，謝謝！

企業管理叢書



國際中文版獨家授權

⑩

成功銷售員必備的寶典

銷售效能訓練

企管及銷售效能訓練權威

卡爾·塞斯、湯瑪斯·哥頓博士 / 合著◎張彤 / 譯

專家的話

這是提昇銷售技巧最好的自助書。如果你的銷售成績一直未盡理想，本書將幫助你和你的客戶改善彼此的關係。

——格哈德·格斯華特(Gerhard Gschwandtner)個人銷售力量雜誌出版人。

「銷售效能訓練」幫助銷售人員跳脫傳統的銷售模式，找到全新的定位；在銷售過程中，與客戶建立合作的關係，幫助客戶作成決策。

——黛比·陶德(Debbie Twadell)，銷售訓練主管

本書深入探討如何在銷售的遊戲中，與客戶建立合夥的關係而致勝，是九〇年代成功的銷售人員必備的參考書籍。

——湯姆·史考特(Tom Scott)，電腦銷售部門副總裁

卡爾·塞斯及湯瑪斯·哥頓（本書的作者）在書中告訴銷售人員，如何聽客戶的意見，與客戶建立合夥的關係，而不是強迫推銷。

——安東尼·魯汀連諾(Anthony rutigliano)銷售及行銷管理雜誌出版人。

銷售效能訓練使得傳統的銷售觀念產生深遠的轉變。兩位作者提供許多技巧與實例，尤其是傾聽的藝術。

——彼得·米勒(Peter Miller)多樂娛樂&鄉村俱樂部的行銷副總裁

「這本書並非隨筆」——這使銷售人員感到驚訝的隨書贈友，對您至深的安全；其內容
——對合新·赫萊萊特(Carperq Geopwawuqner)個人論者及量學其出題人。

我呼喚的客氣改善對我的關係。

願呈對其隨書對已最我的自啟書。結果將隨隨書知歸一面未盡要思，本書將隨使

專家函稿

代序

作者撰寫本書的目的，在於為讀者提供一套全新的銷售觀念及技巧，讓您突破傳統的銷售法，而在銷售方面達致非凡的成果。

的確，本書的內容在銷售領域中堪稱是一種突破。根據《美國文化辭典》對「突破」所下的定義，是指「一項可以達致進一步進展的重要成就。」換句話說，作者的本意正是為您提供一種模式——一種讓您能夠踰越那些一般的、常態的、或習慣性的銷售模式。因此，我們這項突破所締造的成果當然也是不同凡響的。

我們衷心的期望您將發現本書乃是開啓您更高銷售事業大門的珍貴之鑰。

目錄

專家的話 3

代序 5

前言——突破傳統銷售的觀點 11

第一章 傳統銷售模式不再奏效 25

銷售員與顧客的關係／30

與營業經理的關係／39

銷售員與買賣相關人員的關係／44

銷售訓練／48

機構的文化／51

照常運作已不再被容忍／56

※本章摘要

第二章 銷售模式的轉變 59

扭轉思想牢籠 / 64

※本章摘要

第三章 協作銷售的理念 69

摒棄銷售的步驟 / 76

控制及施壓形成反抗 / 81

銷售員必須造就有助顧客作出決定的氣氛 / 84

銷售員必須視自己為顧問 / 88

銷售員必須令顧客覺得物有所值 / 91

※本章摘要

第四章 如何有效地聆聽 95

為什麼我們不能成為好聽眾？ / 99

成為一位好聽眾的技巧 / 103

培養良好的習慣 / 110

※本章摘要

第五章 取得更佳的銷售成果 117

聆聽客戶的心願及憂慮 / 120

聆聽客戶的抗拒改變的原因 / 129

聆聽客戶的投訴以及困難 / 133

顧客投訴 / 140

其他難題 / 144

※本章摘要

第六章 突破表達真我的新境界 155

有效的自我表達 / 162

面對不合理的行為 / 166

第九章	決定自己的命運	227
	※本章摘要	
	投入一個雙贏的衝突決策案	201
	尋求雙贏的六步驟	208
	※本章摘要	
第八章	雙贏的協調技巧	193
	接受衝突的必然性	199
	談論產品或服務的好處	189
	※本章摘要	
	銷售者與顧客關係的開始	187
	某些人行爲所帶來的種種問題	180
第七章	表我真我的溝通	175
	「我」正面性指正法	168
	※本章摘要	

第七章

顧客與銷售者的關係

239

顧客與銷售者的關係 / 239

推銷者與管理者關係 / 241

與其他買賣有關人士建立關係 / 245

銷售訓練 / 249

組織性的文化 / 254

※本章摘要

最後的省思 261

第八章

最後的省思

最後的省思

最後的省思

第九章

最後的省思

261

※本章摘要

最後的省思

經濟國內親厚，而欲藉以發展新經濟之由也。並非劃一辦法，亦一會百不同。而
組織多變，開辦未詳，唯其目的，在於提高我國教育與社會之關係，開辦新圖書館也。
其發展，我國經濟之發展，而經濟與教育之關係，亦非一會百不同，以又
以又新其關係，而經濟與教育之關係，亦非一會百不同。

其發展與否，亦非一會百不同。而欲藉以發展新經濟之由也。並非劃一辦法，亦一會百不同。而
組織多變，開辦未詳，唯其目的，在於提高我國教育與社會之關係，開辦新圖書館也。
其發展，我國經濟之發展，而經濟與教育之關係，亦非一會百不同，以又

前言

我國教育之發展，以及我國人共同發展之關係，亦非一會百不同。而欲藉以發展新經濟之由也。並非劃一辦法，亦一會百不同。而
組織多變，開辦未詳，唯其目的，在於提高我國教育與社會之關係，開辦新圖書館也。
其發展，我國經濟之發展，而經濟與教育之關係，亦非一會百不同，以又

突破傳統銷售的新觀點

◎ 一位專業銷售員對銷售工作的看法

卡爾·塞斯

從二十五年前迄今，我便與銷售業結下了不解之緣。在這段期間，我雖曾從事過多種不同型態的工作，但莫不與銷售行業有關，其中包括大學時期所做過的零售工作，進入旅館業時所擔任過的各種銷售職務；以及一九八二年始，我除了訓練其他銷售員之外，同時亦仍銷售著我個人的銷售訓練企劃及諮詢服務。經由這些經歷背景，讓我有機會親身體驗，以及與他人共同發掘有關促使銷售成功的態度、行為與訣竅。

無疑地，傳統的銷售方式已然行不通，因為，大多數銷售員所學得的技巧及訣竅，事實上只會妨害他們的成功，尤其許多銷售訓練課程均教導銷售員對客戶採取駕馭控制的方式，殊不知這種企圖控制他人的做法，適足以對銷售員與客戶間的溝通，以及彼此間良好關係的維繫造成極大的傷害。

我發現，無論我到何處，所遇到的銷售員幾乎都在尋求某些新的銷售技巧，以及為許多疑問尋求新的解答。的確，目前應是我們為銷售業者與客戶間複雜關係設法加強瞭解的時刻，而這種有異於傳統觀念的改變，並非僅屬「稍好」或「稍有不同」而

已，而是一項重大的改變，甚至可以說是一種革新。

在實行這些改變之前，我們首先必須體認到現存銷售模式的缺陷，同時打破傳統思想及行爲的窠臼，然後必須研擬出一些新的銷售技巧，以作爲這些改變的基礎。

值得一提的是，促使這項革新的動力在於「你」本身，別人可能根本幫不上忙。爲幫助您易於開始進行，不妨讓我在此先就自己的銷售體驗提供予您，並說明我所以深感現有銷售模式業已派不上用場的原因。如此一來，您當能決定究竟該如何去做，方能提昇自己的銷售成果。

我第一次真正從事的銷售工作應回溯到孩提時代。當時，我爲了加入少棒隊，需要購買棒球隊外套，於是開始販售糖果，那時候，一盒名牌巧克力可以賣到一美元，而我每一年從事銷售糖果的最大動機，通常都是爲了購買一件新的棒球隊外套。爲使目標能夠達成，每一位隊員都事先設定好一個銷售額。

每一年我都興緻勃勃地開始販賣，感覺上似乎新的棒球外套已經穿在身上，我的父母也耗費許多時間，載著我四處兜售糖果，我們敲開了許多陌生者的門戶，當然，總是遭受拒絕的情形居多，好幾次，最後賣不掉的幾盒糖果都是由我的父母買下，方能達到該項銷售額。

於是，兜售糖果儼然成爲我每年例行的職責，不久便使我對之深感厭惡，因爲，那些我曾經拜訪過的顧客，到後來均一一成爲我的敵人，相信身爲銷售者必定相當瞭解，這種情形對於銷售的進展無疑是一大障礙，當然更談不上有何成功的機會了。在這種情況下，我深覺自己並不擅於銷售，同時也不喜歡這項工作。

當我唸完大學，而踏入旅館業後，我立即意識到，若能先從事若干年的銷售工作，將有助於自己未來事業的發展，於是我從銷售工作做起，並把它當成一段過渡時期，結果如何呢？我仍然不喜歡這種工作。誠如我早期販售糖果時的體驗一樣，這種結果並不令人感到意外。在這段時期，即使一些表面上看來頗風光的銷售旅程，或是舉辦一連串的雞尾酒會、銷售會議，以及貿易展示會等，到頭來仍是白忙一場。當時我的感覺是，我經常在舞台上扮演著一個角色——一個並非真正自我的角色，我變成每日盼望著當天趕快結束，以便把虛偽的面具除下。

另外還有一些其他的因素，造成我對銷售工作備感沮喪，而這些因素相信也是其他銷售員的共同感受。首先，銷售工作給我的感覺就如自己在與顧客對奕一般，必須互有輸贏，於是，不管需要何種手段來擊敗對方，我都得施展出來。

其次，長久以來，高階層管理者對於銷售的功能往往予以忽視，亦很少加以支

持。就我任職的旅館業來說，如果業務蒸蒸日上，他們會將之歸功於旅館方面經營策略的運用得宜或良好服務品質的聲譽；只有當業務走下坡時，這些高層管理者才會注意到銷售部門。當然，一個真正稱職的銷售員，無論遭遇何種障礙，仍須設法加以克服，以爭取更多的生意。

第三，許多時候，我發現提供銷售商品的部門所給予我的支持。居然遠不如客戶。換言之，爭取客戶已是壓力，而維持現有的業務亦非易事。

最後，我覺得以銷售為業之後，便往往無法取得自己的任何需求，似乎你若獲得了、以及維繫客戶，您便必須把個人的需求擱置一旁，為此，使我對銷售工作既感沮喪，亦心生厭惡，可以說我從這項工作中並未獲得任何滿足感。

為使情況有所改觀，我不僅閱讀許多有關銷售方面的書籍，亦曾參加一些訓練課程，但它們仍無法提供我真正所需，因為它們所教的不外乎如何控制、操縱及欺騙客戶，如果銷售工作果真需要施用這類手段，那麼，身為銷售員的我豈非成了一個壞蛋？

在我從事銷售工作期間，透過與其他銷售員的討論，更加確定了我的想法、看法。我不僅時常聽到他們發出同樣無奈與沮喪的感嘆，亦目睹許多銷售部門總是在