

销售的艺术

THE ART OF SELLING

从技巧升华到艺术的销售秘诀

◎ 尚 丰 著



北京师范大学出版社
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

销售的艺术

尚丰 著



北京师范大学出版社
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

销售的艺术 / 尚丰著. —北京: 北京师范大学出版社,
2007.1

ISBN: 978-7-303-08364-0

I. 销... II. 尚... III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 157276 号

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

出 版 人: 赖德胜

印 刷: 北京新丰印刷厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 170mm × 240mm

印 张: 10.5

字 数: 125 千字

版 次: 2007 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 25.00 元

责任编辑: 袁博 杜永生 责任印制: 董本刚

版权所有 侵权必究

联系本书编辑部: river@bnup.com.cn

编辑部电话: 010-62117193

发行部电话: 010-58808015 010-62117192

本书如有印装问题, 请联系我们调换; 读者朋友有任何
见教, 也请不吝垂询。

销售的艺术

前言

前一段时间，在报纸上看到一篇报道，说销售工作已经成了大学生找工作的“禁区”。作为一个职业的营销培训师，心中不禁感到很沉重。

之所以有这么多的人都觉得销售是一件很苦的差事，大概是认为从事销售工作吃力不讨好，觉得销售是没面子、不稳定、缺少技术含量的“三无”工作，所以很多人在销售工作面前退避三舍。

其实，销售工作是最具有挑战性的工作。一位销售大师曾经说过：“只要具备了成功销售的能力，你就拥有了白手起家成为亿万富翁的可能。”

但是，销售并不是一件轻而易举的工作，销售是一门艺术，是一门需要高超技巧的艺术，也是一门需要付出艰苦努力的艺术。

作为一名老资格的销售人员，我曾经在建材、IT、电信、广告等诸多领域的销售一线从事过多年的销售及管理工作，在这些领域中凭借自己的努力获取了一些成绩，积累了一些经验。

后来，为了让更多从事销售工作的人能够分享我的经验，我又投身到营销培训的事业中，希望能够通过培训这种形式使更多的人领略销售

这种艺术的魅力并掌握它。几年来，我培训了数以万计的销售人员，我为能够帮助他们成长而感到由衷的高兴。同时，在培训的过程中，我也通过对销售一线的观察、总结、提炼、记录，升华了很多自己的实用心得，更为自己沉淀了深厚的理论基础。

为了让正在从事销售和将要从事销售的人都能够感受到销售这门艺术的魅力，我决定将自己多年的销售经验用文字这种形式传播给更多的人。所以才根据自己这些年来的心得，编写了这本书，希望能够给大家一点启示。

为了能够让自己的书更具有销售实践的可行性，避免市面上那种空洞枯燥的说教模式，我从这些年自身的销售实践和培训实践中，精心选出具有普遍意义的案例，结合自己多年的销售心得，使各位读者能够在轻松愉快的阅读中学习到销售的实用技巧，领会销售这门艺术的独特的魅力。

如果大家能够从这本书中得到一点启发，能够因此书而在销售上有一点点进步，我会感到很欣慰。

祝愿各位朋友能够在销售的道路上越走越成功！

CONTENTS

目 录

引 言 让客户厌恶的五种销售人员画像 001

第一章 心态决定成败 009

销售是好是坏，不是由技巧来决定，而是由心态来决定的。纯熟的销售技巧并不能够保证你的销售成功，能否成功推销在很大程度上取决于销售人员的心态。一个销售人员在销售的路上，是需要改变自己的心态的！

第二章 客户买的仅仅是商品吗 033

一个客户购买的到底是什么？他们除了购买商品，还购买销售人员的人格魅力。销售的最高境界，其实就是销售自己的个人魅力。一个客户要买你的产品，首先他要相信你这个人，只有他被你的个人魅力所感动，你才能够获得长久的成功。所以，你的销售是否成功，完全取决你的知识、形象、人格、语言等方面的魅力。

第三章 迈好销售的第一步 053

寻找客户是销售的起点，只有找到了自己的客户，才有成交的可能。每一个人都是我们的客户，只要我们具有敏锐的洞察力，善于寻找，善于发现。

第四章 抓住销售问答的金钥匙 069

销售问答是开启客户心灵的金钥匙。通过销售问答，客户可以了解到你的产品以及你个人的细节。一个成功的销售问答，必定是一个准备充分的销售问答，只有准备充分了，才能够有备而发，打动你的客户。

第五章 挖出真正的客户 087

结识一个客户，并不等于找到一个真正的客户。要想把他变成自己真正的客户，还需要继续努力，把他挖掘出来。要从人性入手，仔细体察客户的心理，做好挖掘客户的工作，就会将他变成自己真正的客户。

第六章 准确定位客户需求 103

有的放矢，才能够击中目标。找到客户的真正需求，给客户找到一个购买的理由，才能够把产品成功地销售给客户。

第七章 遇到“危机”向右走 117

每一位客户都会有自己的异议，关键是你怎样消除这种异议。“危机”的左手是“危险”，右手是“机会”。如果你处理得当，就会将“危机”变成“机会”，处理不得当，“危机”也就真的“危险”了。

第八章 临门一脚是关键 133

只有和客户签订了合同，才是销售的完成，所以，面对客户，要敢于踢出这最后的临门一脚。

第九章 让客户离不开你 151

成交，仅仅是销售的开始，只有用感情紧紧地拉住客户，用优质的服务回报客户，用简单的问候和客户加深感情，才会让客户离不开你，才会给销售一个完美的结尾。

销售的艺术

引言

让客户厌恶的五种销售人员画像

虽然销售被称为是一门艺术,但在现实工作中我们很多的销售人员做得却不是那么的“艺术”,就如下面所列的几类客户不喜欢的销售人员那样,在此罗列出来,与大家分享,同时请勿对号入座。

死缠滥打型

坚持不懈是好习惯,但过了头就成了死缠滥打,令人厌恶。

曾经有一位销售人员向我推销投影设备。我反复地拒绝他,可他还是死缠滥打、三天两头往我办公室跑,而且,一坐就是大半天。某天,我到另外一家咨询公司拜访一位朋友,在他宽敞的办公室,赫然看见里面坐着一个熟悉的身影,我想,这家伙怎么又跑这儿“坐禅”来啦?

这小伙看见我,说:“噢,尚总啊,我认识。”我装出高兴的样子,和他握了握手,然后,我和朋友开始聊天。他居然不懂得主动离开,不声不响地当了半天旁听,我们也不好意思赶他。下班时间到了,他站起身,对老板说:“今天打扰了,过几天我再来。”他走后,朋友看着我苦

笑说：“不知哪个傻老板雇的他，唉，真是……”

客户的真实感受：厌恶，没有好印象，就算以后有需求想买同类产品，也不会从他这里购买，最好立马从我面前消失，永不见面！

客户忠告：如果我反复说明没有购买需求，请你能主动离开我；如果想保持联系，期待以后的购买，请采取让我能欣然接受的方式，比如：过年过节送我张贺卡，时常给我发封E-mail什么的，或者有新产品再和我联系等等。这样你一直对我不离不弃，我会感到歉意，一旦有购买需求，我会立即想到你。如果采取死缠滥打的手段，我会永远不从你那里购买产品！

自我感觉良好型

优秀的销售人员贵在有清晰的判断能力，知道什么时候客户被打动了，什么时候客户在敷衍。

多年前，我还是一名行政经理。一天，我去别的部门办事，路过总经理办公室时我伸头打个招呼，不想总经理突然绽开灿烂的笑容，大声说：“尚丰，你找我吗？快进来！”因为我的工作是向主管行政的副总汇报，所以和总经理没有直接的工作接触，我很惊讶他如此热情，本来没什么事找他，也只好走进去了。

进门后，总经理悄悄对我努了努嘴，我顺着他的目光看过去，对面坐着个时髦的美女，跷着二郎腿，嘴里叼着一支长长的烟卷，那优美的小烟圈儿一圈一圈地直往总经理脑门上撞，在他头上开出一朵朵的花……

（可怜啊，总经理从不吸烟，真难为他了。）

总经理对我说：“这是第一公司市场开拓部的戚小姐。”转过头，又

对美女介绍：“这是我们公司负责采购的尚经理（天晓得，我什么时候改行做采购了？），有什么事找他就行了。”

我微笑着说：“请跟我来……”

美女握了我的手，好有劲！香气一直在我手上留了好长时间，以致我被好几个同事问到是不是有什么艳遇。

客户真实感受：哎，我作为一名男性总经理，不喜欢生硬地拒绝年轻漂亮的女孩，怕她们面子薄，承受不了被拒绝的压力，所以不好意思直接回绝。我就希望她自己能知难而退，保全她的面子。可是，她就是感觉自我良好。她那么“风姿绰约”地坐在我的办公室里，给我在公司的威严造成了多么严重的影响！她这个样子出现在我的办公室，我都不敢从她手里买东西，怕别人说闲话。你说，她怎么就不开窍呢？幸亏今天XX撞过来了，呵呵，让他去处理这个烫手的山芋吧！

客户忠告：我希望销售人员可以听得懂我的话外音，能够知道我的真实感受。我希望她能知道我不吸烟，不要做让我厌恶的事情。我希望她能珍惜我的时间，不要总认为她长得漂亮就能有什么特权。我希望她要把自己当作专业销售人员来公事公办，而不要以为是靠美色赚钱，重要的是不要破坏我的领导形象。

不知好歹型

销售人员是为客户提供产品服务的，可有时候，他们竟然不晓得自己在客户面前应该保持什么身份，让客户大怒！

有一位朋友给我讲过一件真实的事情。有一天，王先生正在上班，突然铃声响起……接起来听到一个年轻的女声：

“你好，这里是美国XX公司……，请问你们经理是谁？电话号码、

通讯地址、办公室地址，请问你们企业注册资本……”

“我为什么要告诉你？”王先生莫名其妙。

“噢？！我再说一遍，我们是美国XX公司，我们XX公司很著名的耶，你没有听说过吗？你能告诉我你们经理是谁吗？”

“我为什么要告诉你？”其实王先生的公司正使用着该著名的XX公司的产品。

“噢？你为什么不可以告诉我？人家别的公司都是很愿意告诉我们的？这样方便他们买我们的产品，你们为什么这样子不合作呢？”

王先生只有晕倒的份，自此对这家著名公司的印象打了折扣。

还有一件我亲身经历的事情。网上经常有陌生的朋友向我咨询培训的事情，所以有人加我的MSN，我就让他加进来。一天，有一位老兄加了我的MSN。他上来问好，然后问我可不可以回答他三个简单的问题。我以为他要请教培训或者营销问题，就答应了，然后他问了我三个有关是否购买保险的问题。我看到这三个问题，没有直接回答，感觉受到了愚弄。我反问他是什么目的。他回答：“我是做保险的。”我对他说：“那就对不起了。”然后就不再理他。一会儿，他又不甘心地问我为什么生气，是他的方式不对，还是不喜欢保险，他只想帮助我。我心一软，就回答了他真实的原因：“保险是好东西，我肯定要购买，而且已经购买了，今后还会再购买。我也不讨厌卖保险的人。但是，第一你在请我回答问题的时候并没有说明是回答保险的问题，我有权利在回答前知道是什么问题而选择是否回答，我觉得你有愚弄我的嫌疑；第二，保险业务员千千万万，我从谁手里买都可以，如果你希望我购买你的保险，就不该让人觉得盛气凌人，开口就是三个问题，不讲明来意。”

客户的真实感受：我购买了你的产品，我就是你的上帝，理应你感谢我，而不是你来要求我感谢你，到底谁是谁的上帝啊？

客户忠告：销售就是你卖我买的过程，是互惠互利的，不能单方面说是谁帮助谁，谁要感谢谁。我购买了你的产品，我已经给你付了钱，所以我感谢你是一回事，我不感谢你也是正常的。而我购买了你的产品，帮你完成了销售任务，你就得一定要感谢我。如果一名销售人员感谢我的购买，我就愿意从他那里买东西；而另外一名销售人员不主动感谢我反而让我感谢他，那我觉得我没有必要花钱做这个吃力不讨好的事情。

呆傻冲愣型

优秀的销售人员要给客户专业的良好印象，呆、傻、愣都给客户不放心的感觉，客户怎么敢从他手里买东西。

有一个年轻的销售人员，随同主管一起来拜访我，我当时任某外企营销总监。他一身名牌，发型时髦，可是手足无措，象根棍似的杵着，都不知道找把椅子坐下来，微笑也不会，面部肌肉僵化，好像是在被审判似的。在他主管讲方案的时候，他把光线给挡了也不知道。后来他在整理资料时，又把摆在桌上的水碰翻了，洒了一桌一地，他的主管终于发火了。看他的表现，我们也是哭笑不得，哪来这么一个呆瓜呢，浪费了这一身的好行头。

还有一个公司的销售代表，30多岁的年纪。他第一次来拜访客户，竟然衣服皱巴巴的，不知几天没洗了，老远就闻到汗臭味。特别让人难以忍受的是，他竟然想用手指缝满是黑泥的手来和我们有洁癖的女上司握手。天啊！当场，女上司就面带不悦。

客户的真实感受：呆傻冲愣的销售人员，让我不放心从他手里买东西。我害怕他的售后服务是否能到位，更担心他给我的产品是否有

问题。如果从他手里买东西，我总害怕上当受骗。

客户忠告：来向我推销产品时，穿得不一定时髦，但一定要干净，要有礼貌，要手脚伶俐，不要给我们不专业的感觉。

咄咄逼人型

也许是受某些人的鼓吹，一些销售人员认为口才好才能销得好，口才好就要像辩论赛里的一辩、二辩、三辩一样把客户逼得不能还口，客户没有话说了就只有掏腰包了。殊不知，客户还有一个选择就是扭头就走。

咄咄逼人型的销售人员的典型症状：

“我怎么样……”

“但是……”

“为什么？”

直勾勾地盯着客户，用手指头指指点点，敲桌子。

不会引导，只会一味鼓动，“你想不想……”迫不及待地打断对方。

有一个电话业务员向我推销IP电话，我说不需要。

然后他问我，“为什么不需要？你们的客户不是遍布全国吗？”

我说，“是的，但是我们已经有了IP卡，对于你的IP电话我不需要。”

他又问，“为什么你不能把IP卡换成更方便的IP电话呢？你肯定需要的。”

我回答：“我不准备购买IP电话，请别耽误我的时间。”

他还不甘心，继续追问：“您干嘛不购买呢？为什么？”

我终于发火了：“我就是不买，再见。”然后把电话挂掉了。我知道这么挂掉电话很不礼貌，可是对于他这样咄咄逼人，不懂进退的家伙，我实在没有耐心奉陪到底了。

还有一次，在一场讲标会上，和我们一起竞标的A公司代表王先生，就采取了咄咄逼人的方法。对于客户提出的问题，他总是反唇相讥，把客户老总的脸弄得红一阵白一阵的，下不了台。结果可想而知，作风温和的我轻而易举地中标！

客户的真实感受：销售人员要懂得进退，不要一味地进逼。把我逼急了，让我下不了台、没有面子，我就更不能给你定单了。销售人员只知道问我为什么，却不懂得说明白为什么值得我购买。我不知道为什么要购买，当然就不可能购买了。

客户忠告：销售过程中要时刻注意保护客户的面子，只有让客户觉得购买你的东西他有面子，才能给你单子。

销售的艺术
THE ART OF SELLING

第一章 心态决定成败

销售是好是坏，不是由技巧来决定，而是由心态来决定的。纯熟的销售技巧并不能够保证你的销售成功，能否成功推销在很大程度上取决于销售人员的心态。一个销售人员在销售的路上，是需要改变自己的心态的！