

谨以此书献给常年战斗在家居建材行业销售一线的朋友们!



野狼店长

——打造家居建材业的销售精英

张启峰◎著

东方出版社



野狼店长

—— 打造家居建材业的销售精英

张启峰◎著

东方出版社

图书在版编目(CIP)数据

野狼店长——打造家居建材业的销售精英/张启峰著. —北京:
东方出版社, 2008. 8

ISBN 978-7-5060-3264-3

I. 野… II. 张… III. ①家具-制造工业-市场营销学-中国
②建筑材料工业-工业企业-市场营销 IV. F426. 88; F426. 9
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 114119 号

野狼店长——打造家居建材业的销售精英

作 者:张启峰

责任编辑:黄 赛 刘越难

出 版:东方出版社

发 行:东方出版社

地 址:北京朝阳门内大街 166 号

邮政编码:100706

印 刷:北京智力达印刷有限公司

开 本:787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张:12.75

版 次:2008 年 8 月第 1 版

印 次:2008 年 8 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978-7-5060-3264-3

定 价:32.00 元

发行电话:(010)65257256 65245857 65276861

团购电话:(010)65273937

版权所有,违者必究

本书观点并不代表本社立场

如有印装质量问题,请拨打电话:(010)65266204

序

《周易》中讲：“君子藏器于身，待时而动。”其中“器”指的是本领和能力，意思是说：有作为的人一定是先把自己的能力准备好了，然后等待时机，顺势而为。这也就是我们常常说的“机会只属于准备好的人”！

当我们的顾客在家居建材卖场转了一整天还在犹豫徘徊的时候，你是否注意到了他们那疲惫的步伐和憔悴的面容？是否注意到了他们那迷惑而无助的目光？是否感受到他们那种忧虑又茫然的心情？还是在一旁冷眼旁观、幸灾乐祸地想：“哼！知道累了吧，没买到吧，挑剔鬼！”

当我们广大家居建材卖场的销售人员大喊“销售为什么这么难”的时候，另外一个声音也同时在以双倍的音量大喊：“买东西怎么这么累啊？”

以上描述绝非夸张，而是目前家居建材卖场上经常发生的现象。是什么原因导致如此的矛盾呢？在大量的市场走访和深深的思考后，个人认为在家居建材商品的营销链条中，从厂家的仓库搬到了经销商的库房，再由经销商的库房搬到店面销售卖场，除了广告宣传的“空中轰炸”以外，终端销售人员对顾客的“地面巷战”是实现价值惊险一跳的关键环节。不过，在实现这精彩一幕的话剧舞台上，销售人员的个人能力和素养很大程度地制约着销售业绩的突破，导致了前面现象的形成。

近些年来，在全国各地巡讲的会议现场，经常有些生产厂家、经销商老板问我：“如何训练出一支高效能的销售队伍？”而有些店

长、导购会问我：“如何能够提升业绩，成为一名优秀的销售人员？”还有一些朋友询问：“是否有什么书可以作为家居建材店面销售人员的学习指导？”当我一个人静下来的时候，耳畔回响着众多行业内朋友的呼唤，在这些呼唤的激励下，我决定写一本书，把从业这些年所做的、所谈的、所见的、所听的、所感受的和大家一起分享！

本书是按照家居建材业销售人员所必须具备的五种能力模型来一一展开的，姑且就叫做“狼性五力模型”吧，内容排序如下：

- 一、素质力——优秀店面销售人员的狼性基因；
- 二、客户力——对客户的深刻理解与理性认知；
- 三、销售力——“2、3、4”法则与十大销售铁律；
- 四、思维力——嵌入顾客心智的八种思维模式；
- 五、心态力——成功营销者应具备的十种心态。

将以上模型命名为“狼性五力模型”是有一定的意义和社会以及历史背景的，虽然千百年来国人对于狼的评价更多趋于负面，比如“狼心狗肺、狼狈为奸、狼子野心”等等。不过，科学地看，狼又有积极的另一面，在“机警、敏锐、伺机而动；责任、秩序、团结合作”等方面可以说是人类的榜样。在这里，暂且将古老的评价放到一旁，拿人对比狼，在我们这一行常年奋斗在终端卖场的一线销售人员们，他们不正是需要像狼一样的机警敏锐吗？不正是需要像狼一样的团结合作吗？不正是需要像狼一样的奋斗精神吗？

朋友们！让我们伸个懒腰，抖去满身的尘埃；让我们深吸一口气，吐出所有的疲惫，像狼一样在一线战斗吧！

张启峰

2008年8月



作
者
简
介

张启峰 和君智业企业管理顾问（北京）有限公司董事长，和君伟业企业管理咨询中心首席培训师，美国ICDC国际认证机构评估师；国内著名营销教练、实战培训专家、咨询专家、“野狼销售训练营”首席教练。

张启峰老师曾为新润成陶瓷、新乐（鹰）卫浴、高第卫浴、澳斯曼卫浴、法恩莎洁具、欧路莎卫浴、帝王洁具、辉煌水暖、荣麟世家家具、曲美家具、雅典灯饰、瑞嘉地板、TATA木门、百V橱柜、三棵树涂料等多家著名建材家居企业提供服务，在全国开展演讲和培训近500场，受众学员数万人，得到了社会各界的广泛的认可和欢迎。

目 录

序	1
第一篇 “人才”变“人财”——点石成金	1
一、狼性的五种迷人魅力	3
(一)充满野性的淡定从容——自信力	4
(二)强烈的探索搜寻欲望——理解力	12
(三)摄人魂魄的震慑力量——影响力	15
(四)自我与他人的完美结合——取悦力	19
(五)从一而终的自我执行——恒定力	22
二、走向卖场高手的“天龙八步”	25
(一)销售意识	26
(二)服务意识	29
(三)积极心态	33
(四)理智思维	36
(五)专业知识	38
(六)补偿感	40
(七)成就感	43
(八)亲和力	46
三、卖场高手素质模型塑造	50

第二篇 店面销售呈现——木本水源	55
一、山盟海誓的郑重宣言——出售“承诺”	58
(一)服务在未成交之前	59
(二)将尊重留给顾客,把过错揽在自己身上	60
二、先培训、后交易——贩卖“知识”	62
(一)金色拱门的 QSCV 经营理念	63
(二)商品的质量、工艺等是顾客的唯一追求吗	64
三、创造顾客“赢”的氛围——突出“感受”	66
(一)“张秉贵现象”——收益分割	68
(二)旅行社的报价方式——损失合并	71
(三)没有菜谱的酒店——温情	75
(四)宜家的细节服务——温馨	78
四、与价格对应的孪生姊妹——对比“价值”	81
(一)总体价值的含义——产品、人员、形象、服务	82
(二)总体成本的含义——价格、时间、体力、精力	87
第三篇 店面终端销售攻略——水到渠成	91
一、快速销售的“2、3、4”法则	93
(一)说不如听,听不如问	93
(二)“问”的 2 种方式——开放式和封闭式	94
(三)顾客的 3 种需求——显性需求、隐性需求、真实 需求	97
(四)“问”的 4 种内容——S、P、I、N	100
二、绝对成交的十大定律	106

(一)何谓“卖点”与“买点”	106
(二)FAB的整体销售逻辑与模式	108
(三)竞争对手的“优先顺序”调整	111
(四)指导性建议	113
(五)商品的价值塑造	115
(六)资质证明	120
(七)卖产品不如卖自己	123
(八)顾客利益	127
(九)调频顾客	129
(十)转介绍	132
第四篇 打开绝对销售的“脑空间”——真金不怕火炼	135
一、成功“赢”销者的三种战略性思维	139
(一)共赢	139
(二)换位思考	142
(三)专注	143
二、成功“赢”销者的三种战术性思维	146
(一)目标意识	146
(二)尊重意识	149
(三)随机应变	151
三、成功“赢”销者的两种行动性思维	153
(一)行动	153
(二)反省	155

第五篇 心态决定一切——积土为山	159
一、成功“赢”销者必须克服的三种逆反性心态	163
(一)没有任何借口	163
(二)没有绝对的公平	166
(三)顾客永远是对的	169
二、成功“赢”销者做事的五种微观心态	172
(一)绝对用心	172
(二)超越期望	174
(三)危机意识	175
(四)窗口意识	177
(五)细节意识	179
三、成功“赢”销者走向辉煌的两种心态	182
(一)积极的态度	182
(二)感恩的态度	184
附录	186

第一篇

“人才”变“人财”——点石成金

本篇重点

- ◆ 狼性的五种迷人魅力
- ◆ 走向卖场高手的“天龙八步”
- ◆ 卖场高手素质模型塑造

任何一件事情的成功，都是诸多因素作用的结果。那么，其中最重要的因素是什么呢？我认为应该是“人”。而在我们销售这个行业中，人的重要性就更加突出了。普通人还不行，不足以成就其事，还必须是人中之人，也就是“人才”。然而，在销售的实际操作中，有了人才就可以做成一切吗？也不尽然。怎样使“人才”转换成“人财”，才是我们要解决的首要问题。因为，只有将“人才”变成了“人财”，我们才能点石成金，才能将我们的个人能力变成真实的效益。

一、狼性的五种迷人魅力

在销售卖场中如何让我们的顾客舒服？如何轻松地卖出我们的商品？如何让我们自己成为一名优秀的销售人员？要成为一名优秀的销售人员应该具备什么素质？这都是我们急需解决的问题。我认为，要想成为卖场高手，就必须具备“狼性”，而“狼性”是什么呢？我们从下面这首《野狼之歌》里体会一下吧：

野狼之歌

狼，任天寒地冻，也要出去觅食，
狼，嗜血、敏锐，闻腥而至，



狼，责任、秩序、合作，

狼的集体强大而令人生畏！

我们卖场人员就应该像狼群一般，

任市场低迷，也充满斗志地主动出击，

激情、敏锐，不会放过任何一个市场机会，

责任、秩序、合作！

你的店面队伍也将强大而令人生畏！

而这一切，取决于每一位销售精英，

因为，兵狼狼一个，将狼狼一窝！

从这首激情豪迈的歌词中，我们看到狼具有独特的性情：镇定、求索、强势、内敛、毅力，这就是狼性。曾几何时，我们认为狼是一种凶猛、嗜杀成性、残忍的动物，那是因为我们并不懂得狼团结、勇敢、智慧的另一面。在这个竞争激烈的年代，我们所极度缺少的正是这种狼性。我们应该欣赏狼，赞美狼，尤其是销售人员，应该成为像狼一样的强者。

（一）充满野性的淡定从容——自信力

让我们来欣赏这样一个故事，它清楚形象地给我们展示了何为狼性。

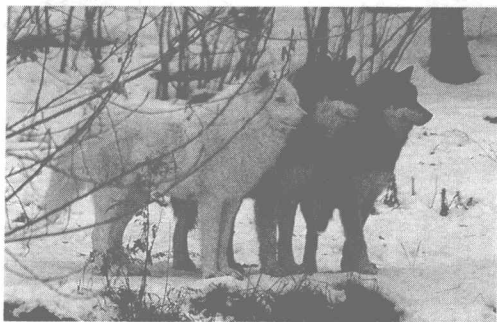
遥远的北方，冰天雪地，有一群狼在极其恶劣的环境中艰难觅

食，一声声“嗷”、“嗷”的狼嚎遍传四野。突然，一头黑狼发现了猎物，它激动万分，极速奔跑而至，却发现所谓的“猎物”是一头庞大而凶猛的怪物。黑狼与那怪物只决斗了几个回合，便败兴而归。它报告狼王，以待狼王抉择。狼王迅速组织狼队，以黑狼为前锋，开赴前进。最后，狼队分工协作，只在极短的时间里，那怪物就已经成为群狼的腹中美食。

故事就是那么简单，但是，我们通过细致的分析，会发现狼具有自信这种可贵的品质。

首先，那只冲锋在前的黑狼对这次胜利来说，功不可没。我们知道，那只黑狼面对强敌不退缩、不胆怯，勇敢地迎战；在尽全力而不能完成任务时不鲁莽、不慌乱，马上报告狼王。由此，我们可以把黑狼这种做事不讲任何借口，勇往直前，斗智斗勇的优秀品质归结为一点，就是：充满野性的淡定从容——自信力。

那么，在现实中，何为自信力呢？我认为，自信力是一种自我激励的能力，是告诫自己“一定能行”，对自己满怀信心的积极心态。我们的销售人员和黑狼直面敌人一样，同样也冲在卖



场的第一线，面对顾客，是否具有像那匹黑狼一样的自信力呢？在这里，我就销售人员所需要具备的自信力下一个定义：销售人员在被顾客拒绝时的自我修复能力。从这个定义来看，销售正是从顾

客的拒绝开始的。据调查显示,真正的销售通常是在顾客的第五次拒绝之后才开始的。

销售人员的自信力对客户开发有重要作用。如何打动一个客户?在与客户谈判的过程中,如何能保持优势,令客户心悦诚服?这都需要我们具有自信力。然而,在实际销售中,我们往往不能表现得很自信,特别是在强势的客户面前,我们经常会显得没有底气。那么,在面对顾客接二连三的拒绝后,怎样才能继续保持我们的自信力呢?

我们的古代先哲很有智慧,商界的先祖们早已给我们留下了宝贵的经验,那就是“只有嫌货的顾客才是真正的买货人”。怎么讲呢?从销售经验中,我们得知:越是挑剔的顾客,购买欲望越大,



购买的可能性也就越大。越来越多的挑剔意味着真正交易的可能性越来越大。那是因为在,顾客都期望从对商品的不断挑剔中获得商品的更多信息,并使我们在价格上做出更多的让步。然而,很多销售人员却常常对此“毫无反应”,要么对顾客暗自生气,表情冷漠;要么就急于摆脱,心里不

屑一顾。一般情况下,为了买卖的成交,面对顾客在价格上的一压再压,我们都会一让再让,以至于最后直接导致商品价格过低。那么,为什么会出现这种情况呢?为什么我们在和顾客商谈的时候,

无意识中就使产品的价格一跌再跌，甚至最终降到了底线之下呢？原因只有一个，那就是我们害怕拒绝，我们对自己的产品没有信心，我们不能确定我们的产品是否优于其他同类产品。只有在不自信的情况下，我们才会被顾客的拒绝和贬损占去上风，才不能令顾客心悦诚服。相反的，如果我们很自信，就不会被顾客的挑剔和强势所震慑，就不会面对顾客的质疑而笨嘴拙舌，哑口无言。因此，只有具备自信力的人才能在与顾客的商谈中从容不迫，勇往直前，并取得最后的胜利。

一个对自己产品没信心的销售人员是不适合从事销售这个行业的。一个卖家具的销售人员要永远认为自己所销售的品牌是最好的；一个卖地板、门窗的销售人员应该自豪地说：“我的木头是最棒的！”一个卖卫浴商品的销售人员会因为顾客对他说“你的马桶最好”而激动万分！这是什么呢？这就是自信！

那么，如何来增强我们的自信力呢？谈到自信力，我们要提到一个人，一个富有传奇色彩的女性，那就是“打工女皇”——吴士宏。

吴士宏，一个在中国商界叫得很响的名字，一个出生于20世纪60年代，具有满、蒙、汉三族血统，儒雅而刚烈的女子，一个曾经只有专科文凭的北京椿树医院的小护士。然而，就是这样的一个人，成为了亿万人瞩目的“打工女皇”，给中国千千万万怀着梦想的打工者树立了一个光辉的榜样，激励着无数打工者奋发图强，改变自己的命运。要问是什么让吴士宏如此成功，毫无疑问就是她身上的那股子自信力。吴士宏曾经这样说过：“如果说什么促