

人 生 實 戰 系 列

卓越的

52

編著·高健智

銷售技巧



版權所有、翻印必究

卓越的銷售技巧

編 著 / 高健智

發行人 / 孫仁傑

叢書執行 / 姜淑卿

行政財務 / 雷佩娜

執行編輯 / 邱秀敏

排 版 / 齊奕電腦排版有限公司

法律顧問 / 吳茂雄律師

出 版 者 / 先見出版公司

地 址 / 台北市辛亥路一段30之1號五樓

電話：(02)362-9336

傳真：(02)392-2696

郵政劃撥帳號 / 16027845

戶 名 / 先見出版有限公司

封面設計 / 巧捷創意集思群

印 刷 / 長紅印刷製版有限公司

裝 訂 / 本茂裝訂廠

登 記 證 / 局版台業字第4233號

出版日期 / 1992年7月31日第一版

平裝定價 / 180元

ISBN: 957-9379-73-4, 本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤, 請寄回本公司更換

卓越的銷售技巧

◎ 高建智 編著

序

銷售乃是人類日常交易行為的延伸，人類自古以來，以物易物的交易（Trade）隨著時間的演變，而進化到目前的銷售模式。尤其是銷售觀念，從「守株待兔」的陳腐觀念到「主動出擊」的戰鬥觀念更能為銷售行為留下註腳。而觀念的演變也從讓顧客了解產品的功能再到銷售完成，也逐漸變成先達成銷售，再讓顧客了解產品的功能。其間的差別在於下列幾點差異性。例如：

- 一、先達成銷售、可以節省時效，免除冗長的銷售過程讓顧客可以直接享受產品的優異性。
- 二、先達成銷售與先了解產品再達成銷售，此乃殊途同歸。既然目標是一樣，為何不以省時省力，精簡扼要的提綱契領達成目標。
- 三、確立產品品質優良的理念，沒有「需要」、「不需要」的觀念只有「買」與「不買」的關卡。

銷售的理念與讀書的方法是可以相通的。例如讀書的方法可分為二種模式：一、為先理解再強記，二、為先強記、再理解。此點在銷售理念上，可以解釋為：一、為先購買再理

解，二、爲先理解再購買。做爲一個卓越銷售人員，不言可喻，在進行銷售時，必須有「先購買」的強烈意識，方能過關斬將瀟灑俐落。

本書對於銷售的訣竅，顧客心理購買動機與行爲研究有精確詳實的說明，只要成功的展示您的銷售技巧與謀略，定能突破銷售困境，達成心中的理想目標。

編者於 一九九二、六、二十日

目錄

第一篇 有的放矢——瞬間辨認顧客類型

1. 對顧客性格分門別類…………… (11)
 2. 區別對待個性獨特的顧客…………… (15)
 3. 注意顧客的年齡差異…………… (17)
 4. 顧客的職業特徵不容忽視…………… (19)
 5. 觀察顧客的“體態語言”，了解顧客的心理變化…………… (22)
 6. 顧客的反常行為預示成交的可能…………… (25)
 7. “花言巧語”，投其所好…………… (27)
 8. 注意“心理作用”的細節…………… (29)
- ### 第二篇 投其所需——及時把握顧客心理
9. 留下美好的第一印象…………… (34)
 10. 循序漸進消除顧客的警戒心理…………… (36)
 11. 對於不愛說話的顧客要“循循善誘”…………… (38)

第三篇

12. 對於喜愛多講的顧客要“洗耳恭聽”…………… (40)
13. 對於心直口快的顧客要先“將就將就”…………… (42)
14. 對於性急或忙碌的顧客說話要“簡明扼要”…………… (45)
15. 對於愛追根問底的顧客要“百問百答”…………… (47)
16. 對於愛辯論的顧客要“據理回報”…………… (49)
17. 對於似懂非懂的顧客先要予以“肯定”…………… (51)
18. 第二次接觸顧客時的速效推銷技巧…………… (53)
19. 打好推銷這場心理戰…………… (56)
20. 逐步說服顧客…………… (58)
- 轉敗為勝——重視沒有購買意願的顧客…………… (61)
21. 如何應付選購商品時挑三揀四的顧客…………… (62)
22. 如何應付總嫌價錢太貴的顧客…………… (64)
23. 如何應付說“不知道新產品怎麼樣”的顧客…………… (66)
24. 如何應付說“讓我考慮一下”的顧客…………… (68)
25. 如何應付說“我不要”的顧客…………… (71)
26. 如何應付說“沒有放的地方”或“沒有錢”的顧客…………… (73)

第四篇

- 27. 如何應付說“在別的公司有熟人”、“已買了”的顧客……………(75)
- 28. 如何應付說“以前用過，不好”的顧客……………(77)
- 29. 巧用“如果”：“假設句，誘導心存猶豫的顧客……………(80)
- 30. 密切注視成交信號……………(82)
- 31. 對不滿意顧客的應付技巧……………(85)
- 32. 顧客對商品的不滿可以成爲公司改善產品的動力……………(87)
- 打破僵局——讓你的推銷一帆風順……………(91)
- 33. 啓發顧客去想像……………(92)
- 34. 讓顧客與潛在的對手競爭……………(94)
- 35. 學會引用別人的話打動顧客……………(96)
- 36. 以暗示促使交易及時定案……………(99)
- 37. 慧眼識金，有的放矢……………(101)
- 38. 用精彩的示範操作打動顧客……………(103)
- 39. 聲東擊西，施放煙幕……………(105)
- 40. 妙用“物以稀爲貴”的原理……………(107)
- 41. 誇獎顧客是最好打交道的人……………(109)

42. 避免顧客與第三者交談.....	(110)
43. 虛心向顧客請教某個問題.....	(112)
44. 不做實質性讓步.....	(112)
45. 隨機應變對待突發性事件.....	(114)
46. 順從顧客，據理巧爭.....	(117)
47. 巧言妙語促成交.....	(119)
48. 用廣告式的語言向顧客宣傳.....	(121)
49. 想好見面後的第一句話.....	(122)
50. 幫助顧客出謀劃策，使其有利可圖.....	(124)
51. 收取“訂金”牽動顧客惜錢之情.....	(125)
52. 走出銷售額的低谷.....	(127)
53. 如何在電話裡推銷.....	(129)
54. 巧妙運用期限的壓力.....	(130)
55. 適時給顧客考慮時間並略施小惠.....	(132)
56. 打破僵局保全面子.....	(134)
57. 表達對顧客的了解，讓其多說“是”.....	(136)

第五篇

- 58. 如何在顧客家中推銷成功..... (138)
- 克敵制勝——在激烈競爭中立於不敗之地..... (143)
- 59. 知彼知己，百戰不殆..... (144)
- 60. 設法激發顧客的購買慾..... (146)
- 61. 巧妙詢問，力促成交..... (148)
- 62. 謹慎言行，切忌冒然行事..... (150)
- 63. 機不可失，失不再來..... (152)
- 64. 巧設伏筆，收穫必豐..... (155)
- 65. 開局領先未必贏得容易..... (157)
- 66. 軟硬兼施..... (159)
- 67. 慘淡經營回天有術..... (161)
- 68. 以名人為例向顧客示以判斷方法..... (163)
- 69. 親情最能打動人心..... (164)
- 70. 以退為守，轉守為攻..... (166)
- 71. 欲擒故縱..... (167)
- 72. 打破砂鍋問到底..... (169)

第六篇

73. 適時改變氣氛·····	171
74. 步步緊逼，請君人臻·····	172
75. 破釜沉舟，孤注一擲·····	173
76. 簽約在望也不可得意忘形·····	175
77. 成交關頭倍加小心·····	178
78. 交易完結，人情獨在·····	181
79. 測量顧客購買慾望的溫度·····	182
80. 促使顧客“言聽計從”·····	184
81. 如何應付顧客的討價還價與吹毛求疵·····	185
82. 小不忍則亂大謀·····	187
有備無患——一個成功推銷員的素質訓練 ·····	191
83. 熱情誠摯，朝氣蓬勃·····	192
84. 演好自己的角色·····	193
85. 沒有自信則不打自敗·····	197
86. 了解人性，順乎人性·····	199
87. 自我激勵，絕不鬆懈·····	201

88.	萬不可中斷學習.....	203
89.	善於勸說並說服顧客.....	205
90.	具體問題具體分析.....	205
91.	加強“推銷意識”.....	206
92.	想顧客所想.....	208
93.	注意養成良好的推銷語言習慣.....	210
94.	風度翩翩，給顧客留下美好印象.....	212
95.	摸清顧客的心理活動的軌跡.....	214
96.	充分準備，順應萬變.....	215
97.	突破“面子關”.....	219
98.	知道你該做的和不該做的.....	220

第一篇 / 有的放矢

—— 瞬間辨認顧客類型

一 1. 對顧客性格分門別類

在推銷員的工作中，將會遇到各式各樣的顧客，因此，因人而宜，有的放矢地採取促銷戰略是推銷員應考慮的原則，這樣，對顧客按一定的標準進行分組分類就顯得非常必要。

(1) 忠厚老實型

這是一種毫無主見的顧客，無論推銷員說什麼，他都點頭說好。這類顧客往往在推銷員尚未開口前，已經在心中設定“拒絕”的界限，但當推銷員進行商品說明時，他又認為言之有物而不停地點頭，甚至還會加以附和。

對於這種顧客，最要緊的是讓他點頭說好。你可以這麼問他：“怎麼樣，你不想買嗎？”這種突然式問句可以鬆懈他的防禦心理，顧客在不自覺中便完成交易了。

(2) 自以為是型

這類顧客，總是認為自己比推銷員懂得多，也總是在自己所知道的範圍內，毫無保留地訴說。當你進行商品說明時，他也喜歡打斷你的話，說：“這些我早就知道了。”

他不但喜歡誇大自己，而且表現慾極強，可是他心裡也明白，任憑自己粗淺的知識，是絕對不及一個專業的推銷員，他會自找台階下，說：“嗯！你說得不錯哦！”

因此，對付這類顧客，你不妨佈個小小的陷井，在商品說明之後，告訴他：“我不想打

擾您了，您可以自行斟酌，再與我聯絡。”

之後，在他正沾沾自喜的時候，進行商品說明。不過，千萬別說得太詳細，稍作保留，讓他產生困惑，然後，告訴他：“先生，我想你對這件商品的優點已經有所了解，你需要多少數量呢？”

爲了向周圍的人表示能幹，他會毫不保留地向推銷員商討成交的細節。

(3) 誇耀財富型

這類顧客喜歡在他人面前誇耀自己的財富，但並不代表他真的有钱，實際上他還可能是個窮光蛋。雖然他也知道有钱並不是什麼了不起的事，不過，他唯有如此來增強自己的信心。

對於這種顧客，在他炫耀自己的財富時，你必須恭維他，表示想跟他交朋友。然後，在接近成交階段時，你可以這麼問他：“你可以先付訂金，餘款改天再付！”這種說法一方面可以顧全他的面子，另一方面也可讓他有周轉的時間。

(4) 冷靜思考型

這類顧客，喜歡靠在椅背上思索，有時，則以懷疑的眼光觀察對方，有時甚至表現出一副厭惡的表情。

他總是把推銷員當成木偶，自己則是觀看這台戲的觀眾。也許是由於他的沉靜不語，這

類顧客總是給人一種壓迫感。

這種思考型顧客在推銷員介紹商品時並不專心，但他仍然非常仔細地分析推銷員的為人，想探知推銷員的態度是否出於真誠。

對付這種顧客，最好的方法是你必須很注意地聽取他所說的每一句話，而且銘記在心，然後再從他的言詞中，推斷他心中的想法。

此外，你必須誠懇而有禮貌地與他交談，你的態度必須謙和而有分寸，千萬別露出一副迫不及待的樣子，不過，在解說商品特性和公司策略時，則必須熱情地於以說明。

(5) 內向含蓄型

這類顧客很神經質，很怕與推銷員有所接觸。一旦接觸時，則喜歡東張西望，絕不專注於同一方向。

這類顧客只要遇到推銷員，便顯得困惑不已，坐立不安，心中老嘀咕著：他會不會問一些尷尬的事呢？

另一方面，他深知自己極易被推銷員說服，因此，總是很怕在推銷員面前出現。

對於這種顧客，你必須謹慎而穩重、細心地觀察他，坦率地稱讚他的優點，與他建立值得信賴的友誼。

二 區別對待個性獨特的顧客 二

上面僅是區分性格中幾種主要類型的顧客，然而，在社會生活中也存在著一些具有比較獨特的性格特點的顧客，作為一個優秀的推銷員仍然需要對他們進行充份的了解。

(1) 冷淡嚴肅型

這類顧客總是表現出一副冷淡而不在乎的態度，他不認為這種商品對他有何種重要性。而且根本不重視推銷員，簡直令人難以親近。

對付這類顧客，你絕對不能施以壓力，或是向他強迫推銷。他對推銷員天花亂墜的說明根本不予置信。

所以，對這種顧客進行商品說明時，必須謹慎，絕不可以草率，你必須誘導出他購買商品的衝動，才有可能成交。

因此，你必須適時予以稱讚，使他對商品產生興趣，建立彼此友善的關係，這樣一來，有助於達成交易。

(2) 先入為主型

這種類型的顧客在剛與推銷員見面時，便先發制人地說：“我只是看看，不想買。”這種類型人作風乾脆，在你與他接觸之前，他已經準備好問些什麼，回答什麼。因此，