



销售员易犯的 91个错误

91 Mistakes Smart Salespeople Make

[美] 蒂姆·康纳 (Tim Connor)◎著
俞静芬◎译

中国铁道出版社

销售员易犯的 91个错误

91 Mistakes Smart Salespeople Make

[美] 蒂姆·康纳 (Tim Connor)◎著
俞静芬◎译

中国铁道出版社

北京市版权局著作权合同登记 图字：01-2008-4380

图书在版编目 (CIP) 数据

销售员易犯的 91 个错误 / [美] 康纳 (Connor, T.) 著;
俞静芬译. —北京: 中国铁道出版社, 2009. 1
ISBN 978-7-113-09324-2

I. 销… II. ①康…②俞… III. 销售学—通俗读物
IV. F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 168102 号

91 MISTAKES SMART SALESPeOPLE MAKE: HOW TO TURN ANY
MISTAKE INTO A SUCCESSFUL SALE By TIM CONNOR

Copyright © 2006 BY TIM CONNOR

This edition arranged with SOURCEBOOKS, INC. through BIG APPLE
TUTTLE-MORI AGENCY, LABUAN, MALAYSIA.

Simplified Chinese edition copyright © 2009, CHINA RAILWAY PUBLISHING
HOUSE

All rights reserved.

书 名: 销售员易犯的 91 个错误
作 者: [美] 蒂姆·康纳
译 者: 俞静芬

责任编辑: 荆志文 电话: 010-51873156
编辑助理: 张艳霞
封面设计: 大象工作室
责任校对: 张玉华
责任印制: 李 佳

出版发行: 中国铁道出版社 (100054, 北京市宣武区右安门西街 8 号)
网 址: <http://www.tdpress.com>
印 刷: 北京鑫正大印刷有限公司
版 次: 2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月第 1 次印刷
开 本: 700mm × 1 000mm 1/16 印张: 10.5 字数: 141 千
书 号: ISBN 978-7-113-09324-2/F · 557
定 价: 25.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书, 如有缺页、倒页、脱页者, 请与本社读者服务部调换。

发行部电话: 010-51873170

打击盗版举报电话: 010-63549504

前言

想要销售更多，方法只有两个——少做错事，多做对事。如果两样你都做到了，想象一下你将会有怎样的成绩？

这本书将会帮助你避免成千上万的销售人员每天都在犯的错误，这些错误有可能导致价值不菲的交易失败。它还能教会你一些技巧和策略来确保在你的销售行为中消灭这些错误，学会那些被证实行之有效的方法。这些方法，再加上你拥有的信心、技能和毅力，将会帮助你年复一年地打破销售记录。

本书不是一本销售手册。但是，对于每一个想用更少的时间销售更多的产品，同时减少被拒绝和失望频率的销售人员来说，它的确提供了很多被证实有效的、直截了当的、毫无保留的销售技巧。

我在之前出版的《软销售》、《销售技巧》、《从事销售的第一年》等畅销书中探讨了在销售领域成功所必需的各种各样的概念、原则、技术和态度。在这本书中，我将开门见山、直截了当地向你们介绍有效进行销售的精华所在。在每页纸的篇幅中，浓缩了大部分销售人员最易犯的一般错误和纠正这些错误所用的方案。

根据销售工作的流程，这 91 个错误按照主题分成不同的几组。可以用两种方式来阅读和使用这本书：一种是从头到尾，根据你自己的需要选择要学习或不学习的内容；另一种是先浏览目录和索引，然后找到你认为自己正在犯的特定错误，再去参考那一页的相关内容。

这不是一个复杂的过程，但是我还是极力建议你在书中的空白处记录下你对每个主题的想法。如果地方不够用，你可以随时花几块钱买一本日记本。随着时间的流逝，这本日志将会成为你最值得信赖的资源，帮助你总能位列最佳销售的前茅，避免销售滑坡、意志消沉和丢掉生意。

销售小测验

在你往下看之前，请先写出或圈出你的答案。（请不要偷看本书后面的答案！）

1. 销售人员会犯的最大的错误是_____
2. 态度在销售中很重要，这是因为_____
3. 你销售的产品特征是_____
4. 购买产品的客户的利益有_____
5. 销售的收尾是_____
6. 销售异议是_____
7. 三个最重要的销售技巧是_____
8. 导致销售失败的首要原因是_____
9. 按照与成功销售相关的重要性排列下面的事项。

产品知识	潜在客户资格审查	销售技巧	结束技巧
态度管理	演示技巧	交际能力	
10. 人们为什么要购买？_____
11. 人们是冲动地购买，还是理智地购买；是冲动地评价自己的购买决定，还是理智地评价？_____
12. 你的潜在客户将告诉你_____
13. 按照大部分潜在客户的关心程度排列下面的事项。

价格	合理的条款	质量	公司信誉
服务	产品或服务的可靠性	便利程度	

14. 结束销售应该从_____开始。
15. 人们喜欢买，但是他们不喜欢_____
16. 你新业务的三个最好来源是_____
17. 鉴定书和参考资料的价值是_____
18. 你可以销售自己不相信的东西。(对/错)
19. 什么时候最适合请求顾客推荐？

20. 如果你有一个好的产品，那么这些产品不用你推荐就可以自动卖出去。(对/错)
21. 你将克服的最大的反对意见是什么？

22. 你不应该要求对方下订单，除非你已经提供了产品的所有信息。
(对/错)
23. 销售是一个结果，而不是一个过程。(对/错)
24. 售后服务可以增强顾客的忠诚度。(对/错)
25. 电话推销比亲自上门拜访推销要困难一些。(对/错)
26. 口头的信息比非口头信息要精确。(对/错)
27. 销售过程中最重要的因素是_____
28. 一旦你失去某一业务，就很难恢复业务关系。(对/错)
29. 每一个潜在客户都值得花费同等的时间去推销。(对/错)
30. 想要获得潜在客户，一个冷不防的电话或上门推销是最没效果的方法。(对/错)
31. 互联网使销售变得更容易。(对/错)
32. 销售的结束是销售过程的终结。(对/错)
33. 你可以通过一个良好的演示和（或）产品来弥补你在开发顾客上的不足。(对/错)
34. 一个经过良好准备的演示比一个自然的由客户驾驭的方法更有效。(对/错)

35. 问有固定答案的问题比问没有固定答案的问题要好些。(对/错)
36. 如果一个潜在客户想要约见你, 这值得你花时间在他/她身上。
(对/错)
37. 你应该打_____ (数字) 个电话给你的潜在客户, 直到他/她
决定买为止。
38. 人们从什么样的人那里购买?

39. 销售记录很重要, 那是因为_____
40. 大多数潜在客户最关心的是_____
41. 你会通过什么来证明自己具有竞争力的社会关系?

42. 如果你是一个优秀的谈判者, 你将会达成更多的销售。(对/错)
43. 潜在客户的资料是一种有效的开发方法, 那是因为_____
44. 解决售后的问题被认为是良好的顾客服务。(对/错)
45. 你是应该在自己的办公室里, 还是在潜在客户的办公室里准备你的
销售信息?

46. 每一次的销售展示都应该有一定数量的简短发言。(对/错)
47. 当一个潜在客户质疑你的产品价格的时候, 你应该怎么办?

48. 跨过看门人和语音邮件是销售人员遇到的最困难的挑战之一。
(对/错)
49. 销售中两个最重要的技巧是_____
50. 任何人都可以学会如何销售。(对/错)

目 录

CONTENTS

销售小测验	I
易犯错误的索引	V
纠正错误的索引	IX
第 1 章 态度上的错误	1
第 2 章 发掘潜在客户上的错误	43
第 3 章 销售演示上的错误	75
第 4 章 处理异议和完成交易上的错误	91
第 5 章 时间和市场管理上的错误	107
第 6 章 做销售记录上的错误	119
第 7 章 售后服务上的错误	127
后记 销售人员是不是过时了?	136
附录	138
1. 有效售后服务的 12 条法则	138
2. 销售小测验参考答案	141
3. 个人技能和态度评测	144
4. 全书小结	147
5. 蒂姆·康纳的畅销书	149

易犯错误的索引

“人类遇到的最大的诱惑就是满足于蝇头小利!”

——托马斯·默顿 (Thomas Merton)

态度

1. 缺乏明确的焦点
2. 停止学习
3. 没有条理
4. 缺乏明确的销售目的
5. 失去激情
6. 过早放弃
7. 屈服于强加给自己的限制
8. 消极地看待失败
9. 试图“事事亲为”
10. 缺乏感恩之心
11. 悲观厌世
12. 不提升你的自尊
13. 不相信自己
14. 不够诚实
15. 气馁
16. 缺乏自律
17. 试图成为“别人”
18. 缺乏可信的计划
19. 让生活匆匆溜过

20. 失去平衡
21. 缺乏耐性
22. 被销售低潮打倒
23. 缺乏明确的目标
24. 妄自尊大，迷失“自我”
25. 无法控制自己的压力
26. 对自己缺乏信心
27. “出世”（置身事外）
28. 不管理自己的期望
29. 反复犯同样的错误
30. 消极地看问题
31. 沉迷在过去或将来

发掘潜在客户

32. 只看数字的销售
33. 在错误的层面上销售
34. 成为销售周期的受害者
35. 认为人们只从他们喜欢的人那里购买
36. 忽视过去的顾客
37. 停留在舒适地带
38. 不做努力，任生意流失
39. 不例行扩大你的交际网络
40. 问“你收到我给你发的信息了吗”这样的问题
41. 害怕遭到拒绝
42. 在良好的潜在客户身上做练习
43. 太过健谈
44. 失去对销售过程的控制
45. 装出你很需要这笔业务的样子

- 46. 没有及早建立信任
- 47. 不问“电梯问题”
- 48. 没有找到决策者
- 49. 不了解自己的竞争对手
- 50. 没有建立心理上的“感情债”
- 51. 缺乏精确的回访
- 52. 没有向顾客要求推荐顾客
- 53. 没有使用潜在客户资料档案
- 54. 没有成为顾客的一个资源

销售演示

- 55. 没有给一个合适的演示
- 56. 没有言简意赅的关键性陈述
- 57. 宁可降低价格也不提高价值
- 58. 只销售特色而不关注顾客的利益
- 59. 销售不因人而异
- 60. 不了解潜在客户
- 61. 仅把销售看作一次性交易
- 62. 让潜在客户失效
- 63. 不倾听顾客的话
- 64. 不善言辞
- 65. 不能成功地创造紧迫感

处理异议和完成交易

- 66. 没有及早排除异议
- 67. 把价格分歧看作一个大问题
- 68. 害怕销售异议
- 69. 突显你的个人偏见

- 70. 没有要求给予业务
- 71. 缺乏完成交易的策略
- 72. 提前宣告让步
- 73. 缺乏应付销售失败的策略
- 74. 缺乏放弃的勇气
- 75. 该推销的时候却在谈判

时间和市场管理

- 76. 没有条理
- 77. 把技术当作拐杖
- 78. 失去焦点
- 79. 在困难面前退缩
- 80. 缺乏销售预测能力
- 81. 缺乏市场管理能力
- 82. 在不合格的潜在客户身上花太多时间

做销售记录

- 83. 不坚持做销售记录
- 84. 不评估你的成效
- 85. 不建立标杆
- 86. 不能每天都提高自己

售后服务

- 87. 缺乏一个有效的跟进程序
- 88. 不关注趋势
- 89. 不主动提出要求
- 90. 只为“全垒打”向前冲
- 91. 不把当前的顾客看作潜在的顾客

纠正错误的索引

态度

1. 把焦点集中在你想要的东西上，而不是你不想要的东西上。
2. 把 10% 的时间和财力投入到自我提升中。
3. 凡事做计划，并且完成它。然后接着做下一件事情。
4. 抓住你生命中最重要的东西，不要让它离你而去。
5. 你要在工作和生活中保持激情。
6. 不管有多艰难，绝不放弃，绝不！
7. 只要你花费心思和精力，一切皆有可能成功。
8. 失败得越多，你就会成功得越快。
9. 要拥有良师益友和个人教练。
10. 凡事要懂得感恩，并且把它表现出来。
11. 保持乐观，你将会拥有一切。
12. 每天想方设法喜欢自己多一点。
13. 即使没有人相信你，你也要相信自己。
14. 无论任何交易，都要诚实相对。
15. 记住一切都会过去，只需要看开一点。
16. 记住，后悔的代价远比遵守纪律的代价高得多。
17. 根据你自己的意愿去成长和改变，不要在乎他人怎么说。
18. 赶紧去做你计划要做的事情。
19. 为了你的事业成功，开始养成写日记的习惯吧！
20. 在你的生活中追求平衡。
21. 放松和享受生命旅程的乐趣，缺任何一样都会让你丧命。
22. 要知道在职业生涯中起起落落是不可避免的。

23. 安排一定的时间来确立目标。
24. 不要让你的“自我”出现在销售过程中。
25. 请认识到这一点：对压力的反应态度完全取决于你自己。
26. 每天都要提高你自己。
27. 让自己“入世”，置身事内。
28. 让我们从幻想中走出来吧！
29. 要在错误中不断学习。
30. 要在逆境中不断学习。
31. 把关注的焦点对准现在。

发掘潜在客户

32. 潜在客户的发掘并不是指你见了多少人，而是指你所见的人中有多少是合格的潜在客户。

33. 不能把有效的销售看作一个业务，而应当当作一个建立人际关系的过程。

34. 创造购买的紧迫感来控制销售周期。
35. 应把重点放在建立信任上，而不是是否受人欢迎上。
36. 与以前的顾客保持联系。
37. 要愿意尝试用新的富有创新性的方法去发掘潜在客户。
38. 要有一个具体的策略去应付失去的生意。
39. 开发出一套规律性的路子来寻找和发现新的能给你提供帮助的人。
40. 开发出一套有效的跟进策略并加以利用。
41. 你要去争取，不然，你就永远一无所获。
42. 与你的销售同事们一起练习新的技巧。
43. 要让潜在客户说的话最起码比你说的多一倍。
44. 要掌控已计划好的步骤。
45. 把重点放在顾客的利益上。

46. 在你开始推销之前，应该先建立潜在客户对你的信任。
47. 开发几个紧急的、探索性的“电梯问题”。
48. 只给那些可以做购买决定的人做产品演示。
49. 了解所有与你的竞争对手有关的信息。
50. 通过你的服务来建立心理上的“感情债”。
51. 制定一个有效的跟进策略。
52. 向每个顾客和潜在客户请求推荐顾客。
53. 使用一种系统化的方法去审核潜在客户是否合格。
54. 你要成为你所有客户的商业资源。

销售演示

55. 仔细规划每个产品演示以适合每个客户的特定要求。
56. 无论身处任何环境都要清楚知道该说什么。
57. 创造高感知价值，价格将不再成为问题。
58. 确保让潜在客户知道从中能够得到什么。
59. 让你的销售信息和方法更加贴近顾客要求。
60. 始终站在潜在客户的角度来看问题。
61. 要把销售看作持续相互关系的一部分。
62. 要用尊重和关心的态度看待潜在客户。
63. 倾听顾客的每一句话，确保明白无误。
64. 明白话语的力量，明白话语对成功的帮助。
65. 要了解潜在客户的主要购买动机。

处理异议和完成交易

66. 要尽早发现潜在的销售阻力。
67. 绝对不要让价格成为最主要的分歧。
68. 开发一些被证实的技巧来应对异议。
69. 在销售过程中要保持中立态度。

- 70. 主动向客户要订单。
- 71. 要拥有一套可行且可重复使用的完成销售的方法。
- 72. 仅在客户有所要求的情况下做出让步。
- 73. 在即将失去生意之前，就要知道如何去挽救。
- 74. 当你发现一个潜在客户并不合格，请从他身边走开。
- 75. 要知道什么时候该推销，什么时候该谈判。

时间和市场管理

- 76. 通过周密计划来明智地利用你的销售时间。
- 77. 不要让技术替代人与人之间的接触。
- 78. 学会划分你的个人生活和职业生涯。
- 79. 开始，行动，坚持到底。
- 80. 在你预测的时候，要把乐观主义和现实结合到一起。
- 81. 把你的市场领域看作一个充足的生意来源。
- 82. 利用潜在客户的档案来决定谁值得你花费时间。

做销售记录

- 83. 每天花些时间记录下重要的销售情况。
- 84. 为了策划更好的方法，你需要每周评估你的销售结果。
- 85. 创建指导方针作为衡量你成功的标准。
- 86. 每天都花点时间来提高你的销售技巧和态度。

售后服务

- 87. 当你拿不准的时候，就要跟进！
- 88. 要研究那些能影响到你的顾客的趋势。
- 89. 学会向你的顾客提出你的要求，因为你值得拥有。
- 90. 在你的渠道中建立适当的平衡。
- 91. 利用你的现有客户来帮助提高你的人脉和销售。



第 1 章

态度上的错误



“别到处说世界亏欠了你，世界什么都不亏欠你的，你还没出生他就在那儿了！”

——马克·吐温 (Mark Twain)