

——最佳销售员销售技巧训练丛书——

最佳 销售员 沟通技巧训练

马良吉 ◎ 编著

销售员迅速掌握销售技巧的捷径
造就最佳销售员的优秀读本

广东省出版集团
广东经济出版社

——最佳销售员销售技巧训练丛书——

最佳 销售员 沟通技巧训练

马良吉 ◎ 编著

销售员迅速掌握销售技巧的捷径
造就最佳销售员的优秀读本

广东省出版集團
广东人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

最佳销售员沟通技巧训练 / 马良吉编著. —广州: 广东经济出版社, 2009. 1

(最佳销售员销售技巧训练丛书)

ISBN 978-7-5454-0013-7

I. 最… II. 马… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 179862 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	广东信源彩色印务有限公司 (广州市番禺区南村村东兴工业园)
开本	730 毫米×1020 毫米 1/16
印张	12 2 插页
字数	154 000 字
版次	2009 年 1 月第 1 版
印次	2009 年 1 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 978-7-5454-0013-7
定价	25.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 38306107 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601950 邮政编码: 510075

营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问: 屠朝锋律师、刘红丽律师

• 版权所有 翻印必究 •



前 言

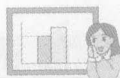
有这样一个故事：一个秀才到街上去买柴，他对卖柴的人说：“荷薪者过来！”可那个卖柴的人只是个农夫，根本听不懂秀才的语言，甚至连“荷薪者”是哪三个字都不知道，但他听懂了“过来”两个字，于是就挑着柴来到了秀才跟前。于是秀才就向他打听价钱，开口问到：“其价如何？”卖柴的农夫琢磨半天，也没听懂秀才在问些什么，但幸运的是，卖柴人听懂了“价”，于是就告诉了秀才价钱。秀才扒拉扒拉柴说：“外实而内虚，烟多而焰少，请损之。”这意思就是说：“你的柴虽然外表是干的，但心里面是湿的，这样燃烧起来火焰就会小，而且会浓烟滚滚，请你减些价格吧。”可这一次，卖柴人费了很大劲，还是半字未懂，无奈之下，只好挑着柴离去了。

从这个故事中我们可以得到这样一个启示：沟通在人际交往中有着至关重要的作用。如果秀才能用简单易懂的话语跟卖柴人交流，如果卖柴人能够听懂之乎者也的文言话，那交易也许很容易就达成了。在面对一个陌生人时，如果只是面对面坐着，而无任何交流，那我们很难对他产生评判，只有通过沟通（包括语言沟通、书面沟通、座谈会等形式）才能有或好或坏的认识。这也正是推销员所面临的第一道考验，如何通过沟通获得客户的好感。客户的陌生感消失，信任感建立起来后，介绍产品、说服购买才有可能性。在推销中，沟通不仅是打头阵的先锋战士，还是串联各个环节的智谋军师。因为在成交、售后服务等各个环节，都离不开沟通。甚至可以说，没有沟通，推销就无法进行。

了解了沟通的重要性，对于销售员来说，就要思索怎样才能提升自己的沟通能力，如何掌握更加全面的沟通技巧，让沟通更加有效。毕竟沟通

是贯穿销售始终的一项工作，而且沟通的成败决定着销售的成败。本着帮助销售员提高沟通能力的目标，我们编写了这本《最佳销售员沟通技巧训练》，从“沟通前准备”到“如何打动陌生客户”，再到“如何确定客户的需求”，直至双方达成一致，成功交易，我们都针对每个环节的关键点做了细致阐述，让销售员在掌握基本沟通技巧的同时，也在潜移默化中提升沟通能力。

推销大师原一平说：“推销是一门深奥的学问，因为它综合了市场学、心理学、口才学、表演学等知识。”可以说，在销售这一行业中，但凡那些出类拔萃者，无一不是拥有广博知识、丰富技能的人。要想成为一名优秀的销售员，必须先成为一名“全才”。那么，从此刻开始，销售员就要向着“全才”这个方向去努力，而通过本书，希望能帮助你有效提升自我的沟通能力，在游刃有余中，与客户达成最有效的沟通。



目 录

第一章 未雨绸缪——做好沟通前的准备工作	1
1. 永远保持自信心	1
2. 爱上你的产品	5
3. 塑造良好的职业形象	9
4. 让自己极具亲和力	14
5. 掌握基本的介绍产品技巧	18
6. 让销售道具助你一臂之力	22
7. 选择恰当的时间和地点	25
8. 制定出明确的销售目标	29
9. 名片满天飞也是一种沟通技巧	32
第二章 去伪存真——确认客户的真实需求	36
1. 说好开场白很重要	36
2. 认真倾听客户的谈话	40
3. 充分运用赞美的力量	44
4. 寻找有决策权的购买者	48
5. 巧用他人的影响力	51
6. 巧妙应对客户的不同反应	55
7. 把“我们”挂在嘴边	59
8. 了解客户的折中心理	62
第三章 主动进攻——适时阐述自己的观点	66
1. 瞄准客户的兴趣点	66

2. 把益处传达给客户	69
3. 明确说明你想让客户怎么做	73
4. 委婉拒绝客户的过低出价	76
5. 适度的沉默也是金	79
6. 运用好肢体语言	82
7. 好的销售成绩是问出来的	87
8. 适度运用“威胁”策略	91
9. 精确的数据最有说服力	94

第四章 春风化雨——将客户的异议消灭于无形中

1. 销售是从被拒绝开始的	98
2. 找出产生异议的真正原因	102
3. 让客户了解一些事实真相	106
4. 从客户拒绝的理由中找到解决方法	109
5. 与竞争对手和平相处	112
6. 不要掩饰产品的缺陷	116
7. 争执并不能解决问题	122
8. 预先处理可能出现的问题	126
9. 巧妙处理价格异议	129

第五章 达成一致——完成沟通的理想目标

1. 以适当让步换取客户的认同	133
2. 妙用退而求其次的策略	136
3. 理智地对客户作出承诺	139
4. 与客户换位思考	143
5. 签约时最好不动声色	146
6. 细节决定沟通成败	150
7. 替客户考虑周全	154



第六章 共同实施——做好销售之外的沟通	158
1. 做好跟踪服务工作	158
2. 与客户建立长期和睦关系	162
3. 利用老客户建立新的关系网	166
4. 积极承诺不如积极兑现承诺	170
5. 进步源于不断学习	173
6. “礼”轻情意重	176
7. 勇敢承认“这是我的错”	180
参考文献	184



第一章 未雨绸缪——做好沟通前的准备工作

1. 永远保持自信心



销售事典

三位年轻人共同去应聘某知名公司销售主管一职。最后一项测试，要求他们向指定公司推销签字笔。

小王对公司采购部的主管说：“您好，非常荣幸能见到您。我们公司生产的签字笔在北京各大企事业单位都有使用，质优价廉，还获得了多个全国科技奖。我看贵单位用的笔已经很落伍了，不用我们的产品太说不过去了……”

小李对公司采购部的主管说：“主管您好，谢谢您今天给我约见时间。我要向您推销一种签字笔，这种笔在我们公司已经销售4年了，很多学校、单位都在使用这种产品。客户们普遍反映这笔书写流利、性价比高，如果贵单位能换用我们的产品，我想效果应该比原来的好很多。您看什么时间方便，我可以做一个演示……”

小谢则对采购部的主管这样说：“您好，谢谢您今天给我时间，百忙之中真是打扰您了！我是××公司的推销员，我这次来主要是想借这个机会给您汇报一下我们的产品。其实我们在北京销售签字笔已经很久了，大家都说还不错，我感觉也蛮好的，您看什么时候有机会能试用一下……”

结果，经过一番谈判，小王得到的是一张预订3万支笔的订单，小李得到的是“如果我们需要会联系你”的答复，小谢则被主管直接拒

绝了。显而易见，小王是怀着百分之百的信心去推销的，而小李只有百分之七十的信心，到了小谢，他只有百分之五十的信心。

最终，小王获得了销售主管的职位。因为主考官说：“一个对自己和自己产品没有信心的人，又怎么能够让别人有信心来购买产品呢！”



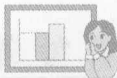
分 析

其实，做任何事情，都要有足够的信心。假如火、锅、米、厨房都具备了，但你就是不敢做饭，那可就不是“难为无米之炊”那么简单了。销售员推销产品的大前提不是产品多么好，也不是市场空缺多么大，而是自己要有足够的信心。对自己的信心，对产品的信心，对公司的信心，这些信心凝聚起来就是推销成功的力量，否则，推销还没有开始其实就已经失败了。

汽车大王亨利·福特曾说过：“所有对自己有信心的人，他们的勇气都来自面对自己的恐惧，而非逃避。”洛克菲勒也曾说过：“自信能给你勇气，使你敢于向任何困难挑战；自信也能使你急中生智，化险为夷；自信更能使你赢得别人的信任，从而帮助你成功。”

从这两位名人的话语中可以看出：自信可以让人产生勇气，让人急中生智、化险为夷，助人步步走向成功。相反，不自信是因为害怕、恐惧。作为销售员，我们的恐惧可能源自多方面，怕被客户拒绝，当面被人否定、说“不”，是件多么丢脸的事情啊，于是还没有进行推销，就开始打退堂鼓。还可能是害怕跟陌生人说话，你觉得大家素未相识，贸然就前去搭讪，实在张不了口。总之，担心、害怕的情况是多种多样的，这些导致我们畏首畏尾，失去了自信。

面对一个没有自信的销售员，客户便会产生更多怀疑，质疑产品、质疑公司……那么，销售成功的几率自然降低。只有对自己充满自信，才能使你以高涨的热情和饱满的精神状态去面对顾客。客户对你的第一印象是非常重要的。如果你最初就留给客户一种萎靡不振的印象，这样会加重顾



客对商品的芥蒂和对你的不信任。如果你给客户的第一印象是积极的，充满活力的，客户会将这个分数加到产品和公司上，这样成交的机会就大大增加了。

要想让自己永远保持自信心，就需要在以下方面多加注意：

(1) 告诉自己“我能行”

有一项调查显示：自信有 70% 是天生的，受父母和家庭环境的熏陶而形成，另外 30% 是通过专门训练形成的。还有一项调查显示，剩下 30% 的自信只要调动起一半，就可以让人们在社会交往中收放自如，获得不错的沟通效果了。因此，不管你的性格是外向自信，还是内向胆小，从现在开始，对自己进行自信训练，还为时不晚。每天早起，对着镜子，大声说三次“我能行”，持续下去，你会有意想不到的发现。多参加同事或朋友的聚会，当单位再举办歌唱比赛时，你要报名参加，有勇气报名已经是一种自信的表现了。

在很多生活细节中，都能培养自己的自信心，只要你时刻都牢记“我能行”，那你就一定能行！

(2) 从着装上提升自信

俗话说，“人靠衣裳马靠鞍”“没有丑女人只有懒女人”，这都说明了着装修饰的重要性。一个整洁、得体的仪表会让自己精神饱满，充满自信。有许多销售员会由于没有注意仪表，影响了销售。所以，销售员如果要去谈业务，一定要穿着整齐，尽量穿西装，把自己好好修饰一番。销售员注重自己的穿着仪表，让自己精神饱满，不但是对别人的尊重，也能提高自己的自信心。女性销售员更要注意，不是穿的漂亮就是注重仪表，要尽量穿职业装；也不要把妆化得太浓，一定要恰到好处。

(3) 结交乐观自信的人

“近朱者赤，近墨者黑”，我们可以理解为：多跟积极乐观的人在一起，自己也会变得乐观开朗起来。一个具有乐观心态的人，做事更有成效，成功的可能性更大。如果以前自己一直是个胆小怕事的人，那要如何培养乐观的心态呢？最易行的方法，就是结交具有这种心态的朋友。对于一名销售员而言，可能更容易交到具有这种心态的朋友。在你的公司里，

但凡那些颇有成就的员工，可能都具有乐观向上、百折不挠的性格特点。多与这样的人接触、交往，在他们的影响下，久而久之，你也会变得乐观、开朗起来。

(4) 从勤奋工作中寻找自信

鼓励会让人产生自信，称赞会让人产生自信，成功也会让人产生自信，但鼓励、称赞与成功是从何得来的呢？唯有勤奋工作。无论你从事什么工作，要想有所作为，只有踏实勤奋才能向成功靠拢。而当你在工作上获得一定成绩后，自信也会慢慢增加。这是一个良性循环的过程，勤奋会使自信增加，自信心又会促使你更加勤奋工作。当你慢慢步入这个轨道后，成功就越来越近了。

(5) 永远积极主动地学习知识

古语说“活到老学到老”，说明了知识对人类的重要性，不断汲取知识可以使人进步，与此同时，不断地学习还能使人增强自信。这里说的学习并非局限于专业知识，天文、地理也好，书报杂志也罢，只要能使人接触到新鲜的东西，就都可以视为学习的过程。一个不断学习、不断接触新知识的人，更容易与他人沟通，沟通中谈论的话题也会更加广泛。也就是说，学习可以从多个方面增强人的自信。

4

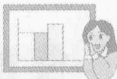
(6) 相信自己的公司及产品

在产品高度同质化的今天，只要公司产品符合行业或企业标准，就是合格的产品。在推销过程中，要相信你的产品，相信它可以为买者带去方便和实惠。

不要因为听到顾客对产品质量的一点抱怨就开始怀疑产品的性价比。你越是对自己的产品不确定，客户对你就愈发不确定。没有一名销售员是抱着“千万别被赶出来”的心态而拿到订单的，销售业绩的好坏主要取决于你的自信。

自信的销售员会向客户成功传递对产品的坚定信念，成功说服客户成为该产品的忠实购买者，即使客户最终没有购买产品，他们同样会被销售员的热情所感染，会为销售员自信的魅力而折服。

总之，相信自己会成功，你就已经成功了一半。自信所散发的力量往



往令人难以想象。

销售心经

- 对于绝大多数人而言，有没有自信在很大程度上取决于自己，如果不断地进行自我鼓励、自我肯定，那么自信也会随之增加。
- 乐观向上的心态能使人时刻保持自信。
- 自信是销售取得成功的第一步。

2. 爱上你的产品



销售事典

玫琳凯像众多直销商品一样，初入中国市场时备受争议。人们怎么可能仅凭一个陌生人的片面之词，就花大把银子去购买这种化妆品？然而多年的实践证明，这种不可能逐渐变成了可能。撇去公司内部的激励机制或产品本身的特点不说，仅是玫琳凯销售员对自己公司与产品的那份热情，就足以引起人们的关注。

一位有着七年玫琳凯销售经验的女士说：“我对每一个新进入玫琳凯的销售员说的第一句话都是‘爱上你手中的产品’，这并不是空穴来风。七年前，我第一次接触玫琳凯，并开始使用她的产品，直到今天，我用的仍是她的产品。七年过去了，我的孩子已经读高一，但我知道我自己仍然很漂亮。玫琳凯的产品就像肌肤的保护伞，而这个公司所传达的理念会让女人变得优雅，更懂得生活。这就是我为什么爱上玫琳凯的原因，也是我让他人也爱上玫琳凯的原因。玫琳凯给我自身带来的变化让人惊喜，而身为推销员，没有什么比这更能打动客户的心。要想让客户相信你的话，选择你的产品，你必须要有十足的说服力。那么现在，我自己就是最好的例子。因为我爱玫琳凯，所以向别人说起她时，我眼中流露的光芒是真诚的、喜悦的，客户也因此而选择产品，爱上我所爱的。”



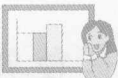
分 析

销售是一项将心比心的事业。销售员对产品的热爱比巧舌如簧的介绍更有说服力，因为就大多数中国人而言，还是相信“眼见为实，耳听为虚”。你只有爱上自己的产品，对它保持着一定的热情，客户才会从你的情感中找到买点。选择好的产品并热爱它，这样会让客户感觉到你的热情和信心，从而信赖你。

为什么要在准备工作中强调“爱上产品”呢？因为只有先爱上你推销的产品，你才能拿出最大的热情来对待这份工作。一个销售员对产品的态度是否热情，将在很大程度上影响客户的购买决定。爱上产品就意味着你先以身作则地接受了你推销的产品，接下来对其他客户的介绍中，你就会发自内心，会带着真情实感去诉说你的产品。我们常说：“人与人之间的沟通，如果缺少感情会变得生涩和虚假。相反，如果带着真实的情感去沟通，则会让两人更加亲近。”这就是我们为何强调“爱上你的产品”的原因。

6 美国微软公司在招聘新人的时候，不论招聘的是哪一岗位的员工，微软都会强调一点，那就是“要具有足够的热情”。微软要求的这种热情既包括对公司所属行业的热情、对微软公司的热情、对应聘职位的热情，也包括对公司任何一种产品的热情。从比尔·盖茨到史蒂夫·鲍尔默，再到每一位基层员工，所有人都对微软公司和自己的工作充满了热情，所以微软公司内部总是呈现出一种充满激情的工作氛围。这可能就是微软一直保持强劲竞争力的主要原因。推销员是客户了解产品的第一人，撇开产品本身的特质，能否让客户对产品感兴趣并选择你的产品，关键要看销售员的能力了。当然，这能力包括很多方面，然而有一种能力是无法修饰的，那就是对自己产品的热爱。

销售是一项将心比心的事业。如果销售员对自己的产品都不热爱，都缺乏信心，又怎么能让客户产生购买的信心呢？只有真正爱上自己的产品，对产品保有 100% 的热情，才能在销售过程中攻破客户的“心防”。



“爱上产品”主要通过以下几个方面表现出来：

(1) 成为产品专家

为什么这样说呢？因为只有先了解了你的产品，熟悉了产品的基本特征，才能与其他同类产品做比较，也才能得出你所推销产品的优点与卖点，如果对这两点都不熟知，那就很难说服客户对你的产品产生兴趣。由此可知，熟悉产品的基本特征，不仅是你爱上它的条件，也是一名销售员的基本职责。否则当客户问起产品的相关情况时，你的支支吾吾或词不达意会降低客户对你的信心；另一方面，不去真正了解产品就难以真正爱上产品。因此，成为产品专家是一名合格销售员必须做到的。

销售员在进行推销之前，一定要对产品的以下基本特征有着充分的了解：

- ◆ 产品的名称，有些产品的名称本身就具有特殊的含义。这些名称就包含了产品的基本特征，有可能也包含了产品的特殊性能等，所以销售员必须充分地了解。

- ◆ 产品的物理特性，包括产品规格型号、材料、质地、美感、颜色和包装等。

- ◆ 产品的价格。

- ◆ 产品的技术含量，指的是产品所采用的技术特征。一个产品的技术含量的多少，销售员应该心知肚明，在对客户进行销售时，要扬长避短，引导消费者对产品的认识。

- ◆ 性价比，这是理智的消费者会着重考虑的因素，在购买某些价格相对比较高的产品时，这种考虑会更加深入。

- ◆ 特殊优势，指的是产品蕴含的新功能、其他产品所无法提供的功能等。

- ◆ 品牌价值，随着现在人们的品牌意识的提高，对于很多领域内的产品，消费者比过去更加注重产品的品牌知名度。

- ◆ 服务，现在人们越来越关注产品的售后服务，但是，产品的服务不仅仅指的是售后服务，还包含销售前的服务和销售中的服务。

(2) 自己亲自使用产品

对于其他推销方法而言，这种方法则更有说服力。之所以推销给别

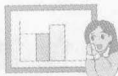
人，是因为自己用过非常棒！这在无形中会增加客户对产品的信心和依赖性。另一方面，推销员自己使用产品也是爱上产品的重要条件，没有真正的接触，对产品的感情就会缺乏真实感。任何一个客户，都无法拒绝真正热爱自己产品的推销员，这些人在生活和情感上都非常充实，因为对工作的热爱是成就事业的前提。要想真的爱上你的产品，先亲身使用吧。

(3) 不论遇到任何困难，都坚定地爱着你的产品

当你开始一份推销工作时，都会对产品或工作本身抱有热切的期望。也就是说，爱上产品或爱上你的工作，是很容易的。然而，当你真正做起推销工作时，会发现一切并不那么尽如人意。有不少销售员都有过这样的抱怨：“现实情况远非人们最初想象得那样美好，原本我对推销工作、对企业以及对自己所推销的产品都具有十分浓厚的兴趣，而且在很长一段时间之内我都对产品保持着十分高涨的热情。可是现实常常对我的热情泼冷水，种种挫折已经将我对产品的兴趣渐渐磨灭了。我想在诸多艰难险阻面前，除非意志有如钢铁般坚硬，否则是无法保持住对产品的浓厚兴趣的。”

没错，问题出在能否一直爱着你的产品，不论遇到任何困难。现实生活总是会存在很多挫折和不利因素，对于竞争激烈的推销工作来说尤其如此。客户的不理不睬、竞争对手的挤压、企业内部的压力还有家人的不理解等，这些都是对推销人员的积极性和热忱态度的考验。如果推销人员不能经受住这些不可避免的考验，那么只能垂头丧气地接受自己不情愿接受现实——一次又一次的推销失败。当推销员经受住各种考验的时候，他就会向客户成功传递对产品的坚定信念，成功说服客户成为该产品的忠实购买者。这样的推销员，往往会让客户认为，自己购买的产品或服务是最物有所值的，其他同类产品或服务蕴含的价值远不如自己购买的东西。当客户产生这样的积极回应时，推销员就会更容易与之建立起长期合作的关系，而且客户的反应还会反过来增强自己对产品的信念。即使客户最终没有购买产品，他们同样会被销售员的热情所感染，这对推销人员同样有百利而无一害。

众多销售高手在介绍经验时都谈到克服挫折，他们在推销工作中遇到的挫折并不比其他推销人员更少，但是他们却能创造出比别人出色得



多的优秀业绩，原因就是不论遭受怎样的挫折，他们都不会淡化和放弃对产品的兴趣，而且还会通过自己坚持不懈的热情，向客户证明他们推销的产品有多么的出色。正是这种“历经苦难痴心不改”的本色，使他们比别的销售员更出色。在一定意义上，能否获得成功与能否承受打击密切相关。

销售心经

- 只有爱上你的产品，在向他人推销时，你才能带着真正的热情去介绍。
- 了解你所推销的产品，了解它在同行业中的地位，当你成为行家后，那种热爱才是真实的。
- 爱上产品不难，难的是不论遇到什么困难，都一直热爱你的产品。

3. 塑造良好的职业形象



销售事典

王伟是一家古董商行的推销员，他们专向喜欢收藏古董的企业高层进行推销。一天早上起床后，王伟发现距离与某公司经理刘先生的约会还有半小时，于是，他匆匆洗漱就出了门。

幸好，王伟按时来到刘先生的办公室。“刘先生，您好！恕我打扰，我想向您介绍一下我们的产品。您知道当今人们对于古董的热爱越来越浓，对某些古董的收藏不仅具有欣赏价值，而且还具有不可估量的商业价值，我们公司最近从土耳其淘到几件珍宝，不知道您感不感兴趣……”

王伟开始拿出那几件古董的照片向刘先生作介绍，他讲得头头是道，从每件器具铸造的时间，到与相关古董的价值比较，都谈得很详细。可是，刘先生却没有看照片，而且似乎对王伟的介绍并不感兴趣。他的眼睛扫过眼前这个正滔滔不绝向自己介绍古董的小伙子：发白的牛