

最佳销售员销售技巧训练丛书

最佳 销售员 成交技巧训练

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 成交技巧训练

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
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

最佳销售员成交技巧训练 / 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 978-7-5454-0012-0

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 179863 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	12.5 2 插页
字数	184 000 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 978-7-5454-0012-0
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

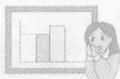
邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

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

“成交”两个字，很多时候都会给无数从事销售工作的人员带来无法言说的兴奋、激动与喜悦。实现成交，是对销售员长期努力工作的最好回报。如果不能实现成交，虽然销售员此前付出了无数努力，但是最终可能都将归为无效。至少在成交之前，我们都不能给自己一份完美的答案，更不要说公司的销售目标与利润率了。

可见，对于任何一名销售员来说，成交是多么重要。然而，作为一名销售员，你也许有过这样的困惑：为什么销售同样的产品与服务，成绩却有天壤之别——排在前 20 名的销售员，总是包揽着 80% 的交易？答案很简单，那就是：他们除了具有激情、勇气以及强烈的成交愿望之外，还掌握了经过千锤百炼的经典的成交技术和技巧。也就是说，优秀的销售员之所以能够脱颖而出，主要在于他们懂得销售的艺术。

如今，随着市场经济的发展，销售的竞争已经进入白热化，产品五花八门，质量都有先进的科技做保证，同值产品的竞争可以说尤其残酷。所有的销售员都明白，营销中大的战略和方向制定后是相对稳定的，而且改进余地已经不多，那么销售的成败就取决于销售员本身了。然而面对竞争日益激烈的市场，销售员的队伍也在不断壮大，大家都在争抢同一碗饭吃，于是很多问题也就应运而生。如何才能排在销售队伍的最前列？怎样才能将这个饭碗端得稳稳当当？

这个过程是充满艰难和阻力的，有的销售员经过努力冲破了重重阻力，在实践中获得了这些问题的答案；有的销售员虽然几经挫折，但最终还是败下阵来。其实，要想成为一名最佳的销售员，仅有强烈的成功渴望是远远不够的，还需要掌握相应的技术和技巧，并将其合理运用，比如对

客户的充分了解和真诚对待，以及投入大量的时间和精力进行各项准备工作，等等。简单地说，对于一名想拿到更多订单、实现更多成交额的销售员来说，我们需要掌握更丰富、更有效的成交技巧，需要知道该用什么样的态度去表现、用什么样的方式去与客户交流才能赢得客户的认同和信任，需要知道如何才能把那些曾经与竞争对手打得火热的客户拉到自己身边来，让他们为我们创造价值……

事实上，作为销售员你要知道，从寻找客户，到整理客户资料，到与客户进行有效沟通、谈判，再到签约成交以及售后服务，直到最后拿到账款，这个过程是个无比艰辛、充满挫折的过程。你需要付出无数的努力和耐心，还需要掌握更多的技巧和方法。你不仅要与客户建立买卖关系，还要建立起朋友关系；你推销的不仅仅是产品或服务，还有你的热情、勇气、真诚、尊重、关怀，等等。

从这种观念出发，也为了帮助更多想成为优秀销售员的人实现他们的梦想，我们以一种与众不同的方式编撰了本书，较系统地阐述了销售过程中，从了解客户、与客户交流沟通、处理客户异议、与客户谈判、尽快促进成交直到成交后的服务与收款的各种细节与技巧入手，以案例的形式，对销售过程中可能出现的问题进行了详细的分析与概括，从而帮助销售员更深刻地理解销售的意义，掌握一些被无数人证明行之有效的销售方法，力图帮助销售员全面提高专业水平，提升销售业绩，同时也提升销售员的生活品质和人生境界。

总之，我们都要记住：实现成交不能仅靠运气，还要靠不畏拒绝的勇气、真诚的态度以及合理的技巧。如果你想要在销售的道路上走得更长远，那就必须纠正过去的一些错误观念和态度，通过自己的努力、耐心、真诚以及能力技巧敲开客户的心门，从而让自己的客户网络不断得以拓展，实现更大的成交量。只要你能坚持、坚持、再坚持，就一定能成为一名最佳销售员！



目 录

第一章 做好准备工作——摸清客户的底细	1
1. 深入了解你的客户	1
2. 收集有效的客户信息	4
3. 挖掘客户的真正需求	8
4. 准确定义你的目标客户	12
5. 判断客户的不同角色	15
第二章 建立感情纽带——不仅仅让客户信任你	19
1. 给客户留下良好的印象	19
2. 寻找与客户间的共同话题	23
3. 多考虑客户的利益	25
4. 增加真诚的感情投入	28
5. 与客户建立友好关系	31
6. 有足够的热情,但不过火	34
7. 运用幽默调节气氛	39
8. 掌握客户的心理密码	41
9. 用礼物表达感情	45
第三章 做好沟通工作——让你的销售无障碍	50
1. 以客户喜欢的方式沟通	50
2. 与客户之间形成互动	53
3. 做个好的倾听者	57

4. 真心向客户求教	60
5. 学会向客户提问题	63
6. 善于激发客户的兴趣	66
7. 熟悉产品的相关知识	70
8. 对客户进行“意向引导”	73
9. 给予客户恰到好处的赞美	76
10. 让客户说出成交条件	79

第四章 巧妙应对拒绝——让客户难以说“不”

1. 永远不怕吃“闭门羹”	83
2. 让客户说出拒绝的理由	87
3. 摸清客户的底牌	90
4. 将拒绝转化为肯定	94
5. 感动客户比打动客户更有效	98
6. 让客户回答自己的反对问题	101

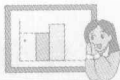
第五章 把握谈判细节——销售中最关键的博弈

2

1. 准备好要回答客户的问题	105
2. 找个合适的帮手	108
3. 适度赞美竞争对手	112
4. 适当给客户加加压	115
5. 如何应对客户讨价还价	118
6. 切忌与客户争吵	122
7. 巧妙转化客户的异议	125
8. 引导客户作出成交决定	128
9. 在适当的时机提出成交要求	131
10. 读懂客户的成交信号	134
11. 力争达到双赢	138



第六章 踢好临门一脚——让成交变得顺理成章	142
1. 用精确的数据征服客户	142
2. 让客户亲自体验产品	145
3. 帮助客户进行利益汇总	149
4. 欲擒故纵，促进成交	152
5. 制造出欲购从速的氛围	156
6. 不妨给客户让出个“台阶价”	158
 第七章 成交后的销售——成交结束，销售没结束	 162
1. 回款了销售才实现	162
2. 及时判断可能的呆账	165
3. 锁定目标，电话催款	169
4. 上门催款效果好	172
5. 对不同客户运用不同的催款方法	176
6. 售后服务也是销售的一部分	179
7. 重视客户的点滴抱怨	182
8. 为客户提供个性化服务	186
9. 成交后仍要保持友好关系	189
 参考文献	 193



第一章 做好准备工作——摸清客户的底细

1. 深入了解你的客户



销售事典

张小姐和她的老公正在一起手挽手逛家电商场，他们结婚不久，家里的电器基本上没什么可买的，但是，由于老公对一些新款的家电很感兴趣，所以两个人自然成了家电商场的常客。他们走到微波炉专卖区，一位销售员热情地迎了上来……

销售员：“小姐，您好，看一下我们新款的微波炉吧，无辐射的！”

“无辐射的？”微波炉辐射大，这是大家都知道的，正是因为这个原因，张小姐家一直没有买微波炉，现在听说有无辐射的微波炉，张小姐的先生的兴趣立刻被提了起来。

“是的，我们这款微波炉是采用最新的光波技术设计，无辐射，而且能自动旋转烧烤食物。”销售员热情、专业地介绍着，“小姐，您平时在用微波炉时是不是能明显感觉到辐射呢？”

“是的，我妈家的微波炉辐射就很大。”

“对，我们公司的微波炉辐射也能感觉得到。”张小姐和老公分别说道。

销售员：“是呀，但是这款微波炉就不一样，它不但辐射小，而且采用的光波技术还减少了食物在加热过程中的水分流失，非常适合现代家庭的需要。”

张小姐：“不过好像有点贵呀。”

销售员：“小姐，一分钱一分货，这款微波炉绝对物超所值。……那您想选个什么价位的呢？”

“其实贵也贵不了多少，这个真的没辐射么？”张小姐的老公问道。

“是的，的确没有辐射，我来给您试一下。”销售员说。

……

接下来，销售员边为这两位客户演示产品，边就微波炉的新功能作了更详细的介绍，所不同的是，这名销售员把介绍的对象更有针对性地放到了张小姐的老公这边，因为通过以上的聊天她发现，他比张小姐更对产品感兴趣。半个小时之后，张小姐和老公高高兴兴地拎着一台微波炉走出家电商场。



分 析

在对客户进行推销时，销售员首先要弄清客户的一些情况，比如是否真的要购买、购买什么价位的产品等，然后再有针对性地进行说服，这样才能事半功倍。案例中的销售员在进行推销时首先问了一句：“小姐，您平时在用微波炉时是不是能明显感觉到辐射呢？”通过对这句话的回答，销售员便可以判断客户是否有购买需求。而后又问了一句：“那您想选个什么价位的呢？”对客户的购买情况有了一个基本的了解之后，销售就变得容易多了。

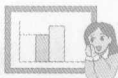
2

每个销售员都希望在第一次与客户见面时就拿到订单，但这种情况实在是少之又少。销售员面对的更多的是没完没了的拜访、沟通。并不是拿到订单之后你就实现了销售的成功，也许客户总是有各种借口不打算支付货款。

所以，为了减少无效沟通的发生，避免发生坏账问题，销售员在挖掘客户需求的同时，有必要对潜在客户进行一番深入了解，然后判断他是否是你的目标客户。那么，在搜集信息时，我们要了解客户的哪些情况呢？

(1) 客户的需求有哪些

销售员需要了解的客户需求情况主要包括两个方面：其一，客户是否



真的有这方面的需求；其二，客户的需求量是多少。当然，分析客户的需求越全面、深刻越好，这样既能找到那些真正的目标客户，又能发掘那些没有明显意识，但是的确有需求的客户。

其实，分析客户的需求这项工作中在整个销售活动中都具有十分重要的作用。一旦认定客户有这方面的需求，销售员还应该了解客户的需求量是多少，以便采取恰当的沟通策略。比如，如果客户的需求量大的话，可以在报价时存有一定余地；如果客户的需求量小的话，就必须认真考虑自己付出的各项成本。

（2）客户是否有某些特殊需求

如果销售员发现客户对你的产品或服务感兴趣时，那就一定要抓住机会，进一步探询客户对产品的具体期望。这样，你才能知道如何满足客户的真正需要。如果客户特别强调的某些需求你不能满足，那就应该采取其他方式解决，比如向客户推荐其他同类产品，或者说服客户放弃某些需求或降低某些要求。

（3）判断客户是否具有购买决策权

虽然客户的需求与你的产品特点相符，但是你还应该确定一件事，那就是这位客户是否具有购买决策权。销售员需要根据客户的决策能力决定沟通的策略。当确定对方确实具有购买决策权时，销售员应该把沟通内容引向实质性问题方面，否则就要想办法找到真正具有购买决策权的客户，然后再寻找合适的沟通时机。

3

（4）客户的实际支付能力和信誉

销售员一定要注意了解客户的实际支付能力和信誉。即使这个客户对你的产品很满意，而且也具有购买决策权，但是如果他没有足够的资金支付货款，你就要提高警惕，以免造成销售后的呆账或死账。如果确认你的潜在客户有这方面的预算，并且完全具备支付能力，那你还要对其一贯的信誉进行一番考察。

（5）客户购买产品的时间

当对客户的需求、决策权、支付能力以及信誉等问题进行全面考察之后，销售员还应该考虑目标客户可能与你合作的时间安排。如果客户在一

个月以后才有可能与你商谈合作细节，那你完全可以利用这一个月的时间去和其他客户进行沟通，或者充分利用这一个月的时间准确把握客户的需求及心理，以便制定最科学的沟通策略。过于紧迫地催促目标客户，一方面是对自己时间和精力浪费，另一方面还可能引起他们的厌烦和怀疑。

总之，销售员在挖掘客户需求的同时，一定要对其进行深入的了解，这样做的好处除了能保证你拥有足够的客户资源之外，还有利于你及时甄别客户类别，以便更快地采取应对策略。比如，有些过去需求量较少的客户可能因为某些原因生产规模突然扩大，那么他们的需求量肯定会相应大幅提高；有些客户你过去怎么劝说都没有效果，可是如今却发现他与你有着十分相似的嗜好，你们完全可以在这方面进行深入探讨，这对你来说就是一个销售成功的契机。

销售心经

- ▶ 销售员在进行推销的过程中，要经常向客户提问，以此来甄别客户购买产品的可能性，从而减少后继过程中可能遇到的障碍。
- ▶ 要及时对客户的购买决策权和购买能力进行甄别，以便调整相应的对策进行销售。
- ▶ 在销售过程中，销售员要把握好与客户商谈的时间，不能过度催促客户交易，否则会引起客户的反感。

4

2. 收集有效的客户信息



销售事典

一次，销售员于小姐乘坐的出租车在一个路口遇到红灯停了下来，跟在这辆出租车后面的一辆黑色轿车也与于小姐乘的车并列停下。从窗口望去，那辆豪华轿车的后座上一位头发斑白但颇有气派的绅士正闭目养神。



就在一瞬间，于小姐的潜意识告诉她：她的机会来了。于是于小姐记下了那辆车的号码，并在网上查到了那辆车的主人——某公司董事长。

之后，于小姐便对这位董事长进行了全面调查。随着调查的深入，于小姐又知道了他是某某县人，于是她向同乡会查询，得知该人为人幽默、风趣又热心。最后，于小姐终于很清楚地知道了该董事长的一切情况，包括学历、出生地、家庭成员、个人兴趣、公司的规模、营业项目、经营状况，甚至他住宅附近的情况。

调查完毕之后，于小姐就开始追踪董事长本人了。于小姐早已知道该董事长的下班时间，所以选定在他的公司大门前等候。

下午5时，公司员工陆续地走出大门，每个人都服装整齐、精神抖擞，在门口挥手互道再见。该公司的规模看来不大，但纪律严明，而且公司上下都充满着朝气与活力。于小姐将自己看到的又记录在自己的笔记本上。

6时30分，一辆黑色轿车驶到该公司大门前，这正是董事长的座车。很快，该董事长出现了，虽然于小姐只见过他一次，但经过调查后，她对他已经非常熟悉。

万事俱备，只欠东风。后来，于小姐找了一个机会与该董事长攀谈起来，他很惊讶于小姐对他的了解，对于小姐的话也很感兴趣。

接下来的事自然就顺理成章，于小姐向他推销自己公司的产品时，他愉快地在一份签单上签了自己的名字。

5

分 析



俗话说：“知己知彼，百战不殆。”销售工作也是如此。也许你认为于小姐太幸运了，因为她能调查到那位董事长的所有信息。在这里我们只想告诉您一个道理：销售员对客户了解得越多、越详细，成功销售的概率也就越大。案例中的于小姐正是因为对客户资料了解得非常详细，才能在与客户交流时引起客户的注意，从而赢得客户的好感和认同。世

界权威营销专家杜雷顿·伯德曾说过：“因为你对别人已经有所了解，你才能更好地去营销，你对客户的了解要比你对自己产品的了解还重要。”

对一个销售员来说，了解客户的资料，收集客户的有关信息对自己的销售工作至关重要。如果对客户缺少了解，在与客户交流时就会缺乏底气，无从下手，这又如何能让客户对你信服，并购买你的产品呢？可见，对客户信息的采集、整合、管理与利用是销售员将销售工作进行到底的关键所在。

销售员在开展业务前，必须清楚谁是自己的目标客户，目标客户有何特征，相关的判别条件是什么，我们用什么方式来获取客户；做到从客户的需求、特征、类别、交易历史等方面出发，分析客户的状况，从而制定出具有针对性的销售策略。

那么，有效的客户信息包括哪些方面呢？

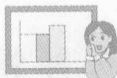
（1）完整的客户信息

完整的客户信息主要包括以下几个方面：

- ◆ 客户基本信息：客户名称、性别、年龄、地址、电话、传真、电子邮件等。
- ◆ 联系人信息：联系人姓名、性别、年龄、爱好、职务、友好程度、决策关系等。
- ◆ 客户来源信息：市场活动、广告影响、业务人员开发、合作伙伴开发、老客户推荐等。
- ◆ 客户业务信息：所属行业、需求信息、价格信息、客户调查问卷等。
- ◆ 客户价值信息：客户信用信息、价值分类信息、价值状况信息等。
- ◆ 客户交往信息：交往记录、交易历史、服务历史等。

完整的客户信息不仅能有效地支持销售员开展工作，还能伴随业务规则的建立，使销售员逐步通过销售过程不断完善客户信息，形成良性循环。

对客户的情况了解得越透彻，销售员就越容易开展工作，也更容易获



得事半功倍的效果。

客户的信息可以分为个人客户信息和团体客户信息两种。

(2) 详细的个人客户信息

要收集客户信息，不仅要收集基本信息，还要收集客户的详细信息。熟悉了这些，才能在与客户交谈时有的放矢。

详细的个人客户信息主要包括以下几个方面：

- ◆ 姓名：姓名虽是人称的符号，但更是生命的延伸。如果你想与客户建立良好的关系，首先要记住客户的姓名，这对于你后期的销售工作至关重要。
- ◆ 籍贯：在销售工作中，利用老乡关系攀情交友是许多销售员的成功所在。
- ◆ 家庭背景：提前了解客户的家庭背景，对症下药，也是不少销售员成功的关键。
- ◆ 学历和经历：对于销售员来说，了解推销对象的学历和经历将有助于拉近彼此之间的距离，这样在合适的时间提出自己的拜访目的，成交也就水到渠成了。
- ◆ 兴趣爱好：熟悉客户的兴趣爱好，然后投其所好，并对其加以赞誉，也是销售成功的关键。

除此以外，还要多了解客户的民族、住址、年龄、官衔等，以便在交谈时有话可说，从而增进交往。

(3) 详细的团体客户信息

团体客户信息主要是指客户所在集体的情况等，主要包括以下几个方面：

- ◆ 经营状况：主要指客户的资信情况。
- ◆ 采购惯例：了解客户在作出购买决策时所涉及的人等，如发起者、影响者、购买者、使用者、决策者等。只有打通了这些环节，你的交易才会变得更加容易。

此外，为了赢得销售过程的主动权，销售员还应该了解客户所在公司的名称、性质、规模、内部人事关系等。

总之，只有了解到客户的各方面信息，并综合多方面信息加以分析，审时度势，才能更准确地分析客户的需求，从而获得更多的成功交易。

不过，在收集客户信息时有些问题也要引起销售员注意。收集信息需要通过很多途径，但是也要遵守相应的法律、法规以及社会道德规范，尽量不要打扰客户的正常工作和生活，并对自己掌握的客户信息严格保密，不能随便透露客户的重要信息，以免给客户带来麻烦。

销售心经

- 收集客户的有效信息对开展销售工作至关重要。
- 客户的需求随时都可能发生变化，只有掌握了客户的需求变化才能更好地开展销售工作。
- 搜集客户信息时可采取多种渠道，比如网络搜索、向熟人了解情况等等。

3. 挖掘客户的真正需求



销售事典

8

一位销售员走进了客户的办公室，想就自己公司新推出的产品与客户聊一聊。

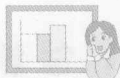
“早上好，方先生，很高兴见到您。”

“你好，请问有什么事吗？”

“方先生，我是××公司的金强，今天特意来拜访您的主要原因，是我看到了《经济报道》上有一篇关于咱们公司所在行业的报道。”

“是吗？怎么说的？”

销售员开始向客户叙述了自己对行业的了解，并很认真地对客户说：“这篇文章谈到了您所在的挖掘机行业将会有巨大的市场增长空间，预计全年增长幅度可达到30%，总市场规模将达到50亿元！这对您这样的企业领头羊来说，应该算是一个不错的消息吧？”



客户听了销售员的介绍，态度有所缓和，回应道：“是啊，前几年市场一直不景气，这两年在西部大开发的带动下，国家加强了基础设施建设，加大了固定资产投资，应该还可以。”

“方先生，在这样的市场增长下，公司应该具有很大的内部研发生产压力吧？”

客户听了金强的话，说：“可不是嘛，我们的研发部和生产部都快忙死了。”

“真是不容易啊。方先生，我注意到贵公司最近正在招聘生产人员，是不是就为了解决这个问题？”

“是啊。不招人忙不过来啊！”

销售员又问道：“的确如此，方先生，相对于行业平均水平的制造效率5台/人来说，您公司目前的人均制造效率是高一些还是……”

“我们也差不多就是这个水平。”

“那目前使用的制造设备的生产潜力还有没有提升的空间呢？”

客户回答道：“比较难，而且耗油率还很高，这也是让我们很头痛的地方。”

“那您使用的是什么品牌的设备？”

.....

话题就这样打开了，可以看出，销售员逐渐发现了客户的真正需求。到了谈话结束，客户对销售员即将推出的产品充满了期待。



分 析

不难看出，案例中的销售员在与客户的交谈中，使用一系列问题引导客户的思路，逐渐挖掘出客户的真正需求。并针对客户的需求进行推销，对症下药，达成交易自然就容易许多。实际上，我们销售的产品一定是要满足客户需求的。没有需求而发生的销售，是一种强卖或欺骗的行为，违背销售的本质。所以，销售员在推销时，一定要先着眼于如何挖掘客户的需求，并且用我们的产品或服务去满足客户的这些需求。