

人脉决定财脉

XIANJIAOPENGYOU ZAIZUOXIAOSHOU

先交朋友 再做销售

打造超级销售人脉的 **158** 个终极技巧

吕国荣 吕品◎编著

做成了朋友
销售就能顺理成章地成交了



化学工业出版社

XIANJIAOPENGYOU ZAIZUOXIAOSHOU

先交朋友 再做销售

打造超级销售人脉的 158 个终极技巧



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书运用典型的事例和通俗的语言,向读者详细介绍了如何拓展自己的人脉圈子,广交朋友,做好、做熟、做深每个客户,扩大自己的个人影响,建立良好的个人口碑,让客户免费帮你销售等一系列的技巧和方法,帮助读者在销售工作中更好地与人交际,做好销售。

本书既适合从事销售工作的人士阅读,也适合商务人士以及对营销领域感兴趣的人士阅读。

图书在版编目(CIP)数据

先交朋友,再做销售:打造超级销售人脉的158个终极技巧/
吕国荣,吕品编著. —北京:化学工业出版社,2010.6
ISBN 978-7-122-08024-0

I. 先… II. ①吕…②吕… III. 销售学:人际关系学—通俗
读物 IV. F713.3-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第049547号

责任编辑:曾清燕 张焕强
责任校对:宋 夏

装帧设计:尹琳琳

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装:化学工业出版社印刷厂
720mm×1000mm 1/16 印张15 字数219千字
2010年6月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:29.80元

版权所有 违者必究



许多做销售的朋友时常会有一种感叹：客户在哪里？朋友太少，人脉不丰，再加上巨大的业绩压力，要想做出一番成绩真是难啊！

其实，销售并不难，难的是你不会交朋友，或者交的朋友不够多。对于销售人员来说，做销售的过程就是一个交朋友的过程。销售，是从交朋友开始的，只有广交朋友、会交朋友，你才能做好销售。

斯坦福研究中心曾经发表一份调查报告，报告指出：一个人赚的钱，12.5%来自知识，87.5%来自人脉。这个数据可能令很多人震惊。

成功学大师卡耐基一针见血地指出：“一个人的成功，只有15%是由于他的专业技术，而其余的85%则取决于人际关系。”由此可见，良好的人际关系，是一个人成功的基础和保证。无论你从事什么职业，学会处理人际关系，掌握并拥有丰厚的人脉资源，你就在成功路上走了85%的路程。

销售就其实质而言是人际关系、人际沟通。有人总结销售三部曲是“由生人变熟人，由熟人变关系，由关系变销售”。认识顾客，建立关系，是销售的必要步骤。因此，优秀的销售人员都把如何结交更多的人，并进一步与之建立联系，视为销售不变的法则。

被誉为“世界寿险销售冠军、东方销售女神”的柴田和子，在31岁时进入日本第一生命保险公司，成为一名保险销售员。不久就成为第一生命公司一颗冉冉升起的新星，仅仅过了7年就登上日本保险销售冠军宝座，以后连续多年蝉联日本行销冠军的称号，几乎使“日本第一销售员”成为其个人的商标。她所创造的业绩超过了被誉为“销售之神”的原一平，从而荣登吉尼斯世界纪录。她一年的业绩相当于804名普通业务员的业绩之和。

柴田和子取得如此辉煌的成绩，与她广植人脉并充分利用人际关系有很大的关系。柴田和子特别注意人际交往，善于与各色各样的人交朋友，亲戚、朋友、旧同事、学友、老乡、客户等无一不被她收入关系网中。

据统计，有50%的销售之所以成交，是由于交情。这就是说，由于销

销售人员没有与客户交朋友，就等于把 50% 的市场拱手让人。交情是超级销售法宝，销售在很大程度上说就是处交情、交朋友。会交朋友就会做销售，朋友做成了，销售就顺理成章成交了。因此，销售人员拜访客户就是去“找朋友”、“交朋友”。

本书运用典型的事例和通俗的语言，向读者详细介绍如何拓展自己的人脉圈子，广交朋友，做好、做熟、做深每位客户，扩大自己的个人影响，建立良好的个人口碑，让客户免费帮你销售等一系列的技巧和方法，帮助读者在销售工作中更好地与人交际，做好销售。

书中没有枯燥、深奥的理论说教，主要以大师们成功的经验为框架，以他们的亲身经历和故事为主要内容，其中既有“世界最伟大的推销员”乔·吉拉德、日本“销售之神”原一平、“东方销售女神”柴田和子、“世界上最伟大的销售大师”汤姆·霍普金斯等大师们的经验和经历，也有普通人成功销售的故事。我们这样做的目的在于，用各种鲜活生动的案例和故事为读者展示一幅幅经典的销售画卷。

本书是那些成功的金牌销售员奉送给我们的一份厚礼！它既能为刚入行的销售员雪中送炭，也能让已取得成功的销售员锦上添花！本书是销售员、业务员、生意人走向成功的最佳教材。

本书既适合从事销售工作的人阅读，也适合商务人士及对营销领域感兴趣的人阅读。

编者



1 第一章 销售，从交朋友开始

做销售的过程就是一个交朋友的过程。朋友做成了，销售就顺理成章地成交了。因此，销售人员拜访客户就是去“找朋友”、“交朋友”。认识陌生客户的渠道有很多，家庭聚会中、各种网络俱乐部、兴趣沙龙、展览会等。只要有心，处处皆朋友。销售人员本着“先交朋友，后做销售”的宗旨去做，就不愁做不成销售。

- | | |
|---------------|--------------|
| 2 先做朋友，再谈销售 | 11 用共同爱好打动客户 |
| 4 寻找“关系”，从无到有 | 12 立即付诸行动 |
| 5 朋友、生意两不误 | 14 和客户套近乎讲原则 |
| 7 结交陌生客户 | 15 坚持原则得信任 |
| 8 与客户建立深厚的友谊 | 16 切忌交浅言深 |
| 10 从客户的爱好下手 | |

17 第二章 人脉就是销售中的财脉

好莱坞流行过这样一句话：成功，不在于你知道什么或做什么，而在于你有什么样的关系。这话虽然有些偏激，但却从一定程度上反映出了关系的重要性。这里所说的“关系”，主要指人际关系，按照时下流行的说法也就是人脉。对于做销售人员来说，销售人脉最销售的一个最重要的环节，没有人脉，就没有业绩可谈。

- | | |
|----------------|---------------------|
| 18 积累人脉就是积累财富 | 31 与他人共享人脉资源 |
| 19 有人脉才有竞争力 | 32 学会建立自己的人脉 |
| 20 像柴田和子一样广植人脉 | 33 通过写信与客户建立良好的人际关系 |
| 24 每个人都是客户 | |
| 25 主动与客户交往 | 36 将人脉网随身带走 |
| 26 接触更多的人 | 37 充分利用已有的人脉 |
| 27 利用 250 定律 | 38 利用潜在客户的人际关系拿订单 |
| 29 名片满天飞 | |
| 30 不要忽略身边的生意 | 39 创意贺卡维系人脉 |

美国一位著名的销售人员指出：“销售的98%是对人的理解，2%是对产品知识的掌握。”只有理解了自己的销售对象，才能有效地销售产品。销售的功夫在销售之外，也就是那些被称之为人之常情的事情。人都是有血有肉的感情动物，要学会用情感去感动客户。人情是销售的基础，多一点人情味，就多一点成交的机会。

- | | |
|---------------------|------------------|
| 42 有人情味才会受欢迎 | 57 关注客户关注的事情 |
| 43 用爱心感动客户 | 58 为客户解决问题 |
| 44 成功销售，情感先导 | 60 了解客户的偏好来服务 |
| 45 小礼物促成大生意 | 60 良言一句三冬暖 |
| 47 巧用人情促销 | 62 额外服务留住客户 |
| 48 让商业联系充满人情味 | 64 即使客户不买产品也要感谢他 |
| 50 随时展现你的关心 | 65 产品销售出去了也不忘记客户 |
| 52 站在关爱的角度去发问 | 67 人走茶也不要凉 |
| 53 用富有感情味的方式与客户进行交流 | 68 别出心裁的邮件 |
| 54 以情打动客户的心 | |
| 55 充满人情味的服务 | |

笑容是人际交往中最锋利的一把刀，也是最有效的销售工具。俗话说：“伸手不打笑脸人。”销售人员首要具备的条件是一副友善的笑容，礼貌亲切的笑容散发出的化学作用，会使销售人员如有如天赋神力。成为一个善笑的人，不仅是成为一流销售高手的要求，要在人群中受到欢迎，这也是基本的要求。微笑是一张助人走向成功的不折不扣的高效“通行证”！

- | | |
|---------------|---------------|
| 70 你今天对客户微笑了吗 | 78 用微笑留住客户 |
| 71 微笑是最好的名片 | 79 笑容依旧赢得客户心 |
| 73 微笑的力量 | 81 用微笑和诚意化解危机 |
| 75 以笑取胜 | 82 微笑的心 |
| 76 没有人会拒绝微笑 | 83 微笑服务要有分寸 |
| 77 微笑服务才能暖人心 | 84 切忌过犹不及 |

87 第五章 闲谈可以引发共鸣,广交天下朋友

人与人之间交往,是从交谈开始的,闲谈是交朋友、拉近距离、在思想上沟通的有效手段。许多事就是在不经意的闲谈中找到双方的共同点,在思想上和心理上产生一种共鸣,达成一种共识,从而获得别人的认同,使你与他人之间建立了良好的关系。很多时候,通过闲谈,可以让两个毫不相干的陌生人交上朋友,销售就轻而易举地办成了。

- | | |
|--------------|----------------|
| 88 处处留心皆生意 | 99 声东击西接近客户 |
| 89 记住客户的名字 | 100 闲聊有度 |
| 90 友情就在一句话里 | 101 主动向客户发问 |
| 91 攻略女性心 | 102 丰富谈话内容 |
| 92 闲聊拉近距离 | 103 引导对方多说话 |
| 94 与客户有效地沟通 | 104 主动把握话题 |
| 95 沟通在前,销售在后 | 106 从闲谈中捕捉信息 |
| 97 从生活话题开始 | 108 迎合客户的口味 |
| 97 谈论对方细微之事 | 109 分享客户的一些小秘密 |

111 第六章 熟谙人性,登上成功销售的快车道

纵观古今中外,凡是能驾轻就熟地处理好人际关系,懂得说服别人的人,无不熟谙“人性”,无不透彻了解“人”。就像打鱼的人要通水性、懂“鱼性”,养鸟人懂“鸟性”一样,销售人员或其他从事人际关系工作的人必须熟谙“人性”。销售人员必须有鉴人能力,必须熟谙人性。鉴人能力来源于对人的彻底了解,对人性的彻底了解。

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 112 洞察人性,开启销售之门 | 124 以利诱人 |
| 113 从观念上投其所好 | 126 站在客户的立场上说话 |
| 114 利用客户的从众心理 | 127 巧用激将法 |
| 116 认真聆听客户的每句话 | 128 实话巧说 |
| 118 关心客户 | 129 找到关键点 |
| 120 每个人都渴望赞美 | 130 准确地找到购买的平衡点 |
| 122 赞美要有新意 | 132 犹太人的策略 |
| 123 请教法接近客户 | 133 制造适当的紧张气氛 |

- 136 客户不会接受你的强迫 售障碍
- 138 很普通的东西不要开门 141 将贵的变成对的——洞
 见山就给客户看 察客户的消费心理
- 140 探知客户心理，排除销

145 第七章 要销售产品，先销售人品

销售看起来是销售产品，而更深层的是销售你的人品。被人们称为“世界上最伟大的销售人员”的乔·吉拉德认为，做销售的人，人品比商品更重要。人在销售自己的产品的时候，也在销售自己的人品。你以优良的人品学会交朋友，你的销售活动才能顺利进行。

- 146 销售，首先是销售你自己 156 言行一致的魅力
- 147 销售讲原则 157 守时才是好习惯
- 148 坦率地说出缺点 159 赢在细节服务上
- 149 销售虚夸遭拒绝，实话 160 自尊赢来保险大单
 实说被接纳 162 要充满爱心
- 151 给客户一个真诚的形象 163 逢人不落礼节
- 152 做一个有责任心的销售 165 有些隐私碰不得
 人员 165 倾听的收获
- 154 友善对待每位客户 166 敬业精神打动人心
- 155 勇敢承认“这是我的错”

169 第八章 有好口碑，才有好销售

口碑是最古老的传播“媒体”，也是一种独特的营销方法，在信息化的今天，口碑更是营销成功的诀窍。无论对企业和个人，口碑营销都是极其高效、有力的销售方式。口碑是一个销售人员成功的基石。当你的好口碑能在无关紧要的人口中流传时，你的销售已走在成功的路途上了。

- 170 口耳相传的力量 171 好口碑赢得客户追随
- 171 千万不要因小失大 173 巧用见证人

- | | |
|-----------------|--------------|
| 174 要老客户帮忙介绍新客户 | 180 聪明的点心店老板 |
| 175 多打几个问候电话 | 181 美德的价值 |
| 176 利用朋友的介绍信 | 182 宣传自己 |
| 178 “意外”的宣传 | |

185 第九章 注重个人形象，给客户留下美好的一面

人往往会以过去的经历来主观判断一个初次见面的人。特别是在销售工作中，客户可能在第一时间里就已经决定是向你购买还是拒绝。在与客户接触时，我们要懂得注重个人形象，给客户留下美好的第一印象。这样，才能让客户认可和接受你，成为他的朋友。

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 186 销售你的形象 | 194 你和客户是平等的 |
| 187 别小看外表的加分作用 | 195 别让坏习惯毁了你 |
| 189 有好形象，才能取得主动权 | 197 吸烟的礼节 |
| | 197 说话“礼”字当头 |
| 190 背影也要能看出笑脸 | 198 优雅的谈吐讨人喜欢 |
| 191 穿上西服打电话 | 200 有修养、有礼貌的销售人员才能赢得客户的心 |
| 193 与众不同的形象吸引客户注意 | |

201 第十章 让好人缘成为签单的助推器

做销售就是做人，只要做好人了才可以做好销售。那些成功的王牌销售人员，不论他去哪家公司，都有他认识的人在那里，就是在街上也可以遇到很多“熟人”。在他们眼里，做销售的就是要人帮忙，你帮别人，别人帮你，帮了就熟了。人际关系是做好销售的有效途径，好人缘就是成为签单的助推器。

- | | |
|----------------|-----------------|
| 202 人缘好，财源就旺 | 206 一双绣花鞋带来的保单 |
| 203 做销售就是做关系 | 207 真诚地称赞对手 |
| 204 友情投资要走长线 | 208 和竞争对手共享客户资源 |
| 205 认真对待客户身边的人 | 209 用客户的生日搭桥 |

211 第十一章 客户是朋友，更是上帝

销售是“人”的工作，如果没有客户的支持，销售工作就不可能顺利完成，企业永远都不会成功，要将客户当成朋友一样，富有人情味，真心关怀客户；又要向对上帝一样，坚持客户永远是对的，尽心尽力，服务至上。

- | | |
|------------------|--------------------|
| 212 不要把客户当做论辩的对手 | 220 服务要温暖人心 |
| 213 给客户找台阶下 | 222 退款要及时 |
| 214 对客户全面负责 | 223 不要让客户承担风险 |
| 215 对客户要有气量 | 224 设身处地为客户着想 |
| 216 35次紧急电话 | 225 不要直接指责客户的错误 |
| 217 绝不只为销售而服务 | 226 鼓励客户把心中的不满发泄出来 |
| 219 用心为客户服务 | |

228 后记

229 参考书目

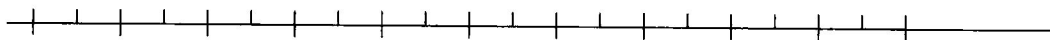


销售，从交朋友开始

销售，是从交朋友开始的。做销售的过程就是一个交朋友的过程。朋友做成了，销售就顺理成章地成交了。因此，销售人员拜访客户就是去“找朋友”、“交朋友”。

认识陌生客户的渠道有很多：家庭聚会、网络俱乐部、兴趣沙龙、展览会等，只要有心，处处皆有朋友。要抱着一颗平常心，同时抱着不成客户也做朋友的想法，先交朋友，这样才能积累人脉资源，建立起良好的人际关系。

销售人员本着“先交朋友，后做销售”的宗旨去做，就不愁做不成销售。





先做朋友，再谈销售

吉姆先生是一位非常忙碌且非常反感销售人员的油桶制造商。一天，保险销售员威廉带着朋友的介绍卡，来到了吉姆的办公室。

“吉姆先生，您早！我是人寿保险公司的威廉。我想您大概认识皮尔先生吧！”

威廉一边说话，一边递上自己的名片和皮尔亲笔写的介绍卡。

吉姆不等威廉说话，便不耐烦地继续说：“你是我今天所见到的第 3 个销售员，你看到我桌子上堆了多少文件了吗？要是我整天在这里听你们销售员吹牛，什么事情也别想办了，所以我求你帮帮忙，不要再做无谓的销售啦，我实在没有时间跟你谈什么保险！”

威廉不慌不忙地说：“您放心，我只占用您一会儿的时间，我来这里只是希望认识您。如果可能的话，想跟您明天约个时间碰个面，再过一两天也可以，您看早上还是下午好呢？我们的见面大约 20 分钟就够了。”

吉姆很不客气地说：“我没有时间见你们这些销售员！”

威廉并没有告辞，也没有说什么。他知道，要和吉姆继续谈下去，必须想想办法才行。于是他弯下腰很有兴趣地观看摆在吉姆办公室地板上的一些产品，然后问道：“吉姆先生，这都是贵公司的产品吗？”

“不错。”吉姆冷冰冰回答。

威廉又看了一会儿，问道：“吉姆先生，您在这个行业干了多长时间啦？”

“哦……大概有 10 年了！”吉姆的态度有所缓和。

威廉接着又问：“您当初是怎么进入这一行的呢？”

吉姆放下手中的公事，靠着椅子的靠背，脸上开始露出柔和的表情，对威廉说：“说来话长了，我 17 岁时就进了一家大公司，在那为他们卖命一样地工作了 10 年，可是到头来只不过混到一个部门主管，还得看别人的脸色行事，所以我下了狠心，想办法创业。”

威廉又问道：“请问你是宾州人吗？”

吉姆这时已完全不生气，也不像之前那样不耐烦了，他告诉威廉自己并不是宾州人，而是瑞士人。听说是一个外国移民，威廉吃惊地问吉姆：“那真是更不简单了，我猜想您很小就移民到美国了，是吗？”

这时的吉姆脸上竟出现了笑容，自豪地对威廉说：“我 14 岁就离开瑞士，先在德国待了一段时间，然后决定到新大陆来打天下。”

“真是一个精彩的传奇故事，我猜想你要建立这么大的一座工厂，当初一定筹措了不少资本吧？”

吉姆微笑着继续说：“资本？哪里来的资本！我当初开创事业的时候，口袋里只有 300 美元，但令人高兴的是，我的公司目前已有 300 万美元的资本了。”

威廉又看了看地上的产品道：“我想，要做这种油桶一定要靠特别的技术，要是能看看工厂的生产过程一定很有趣。您能否带我看一下您的工厂呢？”

“没问题。”

吉姆此时再也不提他是如何如何的忙，他一手搭在威廉的肩上，兴致勃勃地带着他参观了他的油桶生产工厂。

威廉用热忱和特殊的谈话方式，化解了这个讨厌销售人员的瑞士人的冷漠和拒绝，并且他们在第一次见面之后，就成为好朋友。自那以后的 16 年里，威廉陆续向吉姆和他的 6 个儿子卖了 19 份保单。此外，威廉还跟这家公司的其他人员建立起了良好的友谊，从而扩大了他的销售范围。



专家点评

销售活动都是建立在人们的友谊的基础之上的。成功的销售人员都具有非凡的亲和力，他们善于博取客户的信赖，让客户喜欢他们、接受他们。当客户信赖、喜欢销售人员时，自然也会接受和喜欢他所销售的产品。一个销售人员能否很快地同客户建立友情，与他的业绩好坏直接相关。

保险销售人员威廉带着朋友的介绍卡去拜访客户，仍然被客户不客气地拒绝了。一般销售人员在被客户毫不客气地拒绝之后，很可能就失望地

告辞了，但威廉没有，他充分发挥自己出色的沟通能力和谈话技巧，最终与客户成了好朋友，获得了更多的保单。



专家支招

- ★ 大多数客户都是友善的，站在客户的角度去想，在接触陌生人时每个人都会产生本能的抗拒，但人是社会性的，交朋友是人类的本性，要敢于和客户交朋友。
- ★ 销售人员要让客户感觉到，自己真的把他们当成朋友，这样，他们才会放心地购买你所销售的产品。
- ★ 遇到态度强硬的客户时，销售人员不妨先与他交朋友。
- ★ 和客户初交朋友时，从客户感兴趣的话题谈起。



寻找“关系”，从无到有

齐腾竹之助刚进入销售行业的那年夏天，公司组织职工去外地旅游。上火车后他找了一个空位坐下，当时那排座位上还坐着一位三十四五岁的女士，带着两个孩子，大的有6岁、小的3岁左右。齐腾竹之助判断此人是位家庭主妇，心想：“好啊，从小孩到大人的保险都有希望呢！试试看吧。”

趁列车在车站暂停之时，齐滕竹之助买了当地的特产食品，自己留了些，然后很自然也很有礼貌地把另一部分赠送给那位女士。以此为缘，他同那位女士扯起了闲话，从小孩的学费，谈到了她丈夫的工作性质、业务范围等。这样，齐滕竹之助首先摸清了对方的情况。

那位女士说，她打算在轻井车站住一宿，第二天乘车去另一个地方。齐滕竹之助立刻应允可以为她在轻井车站找到旅馆。这位女士听后很高兴，因为轻井是避暑胜地，又逢盛夏，散客想要找旅店相当困难。在介绍旅店时，齐滕竹之助在名片的背面为她写下了介绍信。借此机会，齐滕竹之助也掌握了她和她丈夫的姓名及通讯地址。

两周以后，齐滕竹之助前往那位女士家拜访，并顺利地签下了一笔保

险业务，而且后来还通过这家人发展了更多的客户。



专家点评

销售人员是以寻找客户、销售产品作为目标而进行一切活动的。因此，寻找、选择客户是销售人员必须首先去做的重要工作。

也许在销售人员坐车、理发、吃饭时，坐在身旁的人就有可能是一位绝好的潜在客户，即使你与他闲聊几句，也能从中捕捉到有用的信息。如果你为这些潜在客户献出一个真诚的笑脸，说上几句和谐的关爱话，即使他当时对你所销售的产品加以拒绝，但你也认识了他——这比什么都重要。



专家支招

★ 销售人员要随时随地搜集和挖掘周围潜在的客户，不能盲目行动，也不可犹豫不决。

★ 机会稍纵即逝，看准目标后就要马上行动。



朋友、生意两不误

托马斯是一位保险经纪人，打高尔夫球是他最喜欢的娱乐活动之一。他有一个首要原则，就是在打高尔夫球时不谈生意。托马斯习惯把个人生活与生意区分开来，他不希望人们认为他利用关系是为了做销售。

吉米是一家建筑公司的经理，有一次与托马斯在俱乐部玩高尔夫球双人赛。他们在一轮又一轮的比赛中玩得很高兴。两人球技不相上下，年龄相仿，兴趣相投，随着时间的推移，他们的友谊逐渐加深。

很显然吉米是托马斯再好不过的潜在客户。然而，托马斯从未向吉米建议说做他的证券经纪人，因为那样就违背了自己的原则。

托马斯和吉米有时会讨论一些有关某个公司某个行业的问题，吉米也想知道托马斯对证券市场的总体观点。虽然托马斯从不回避回答这些问题，但也从未表示非要为吉米开个户头。

吉米总会时不时地要托马斯给他一份报告，或者他会问：“你能帮我看看佩思尼·韦伯的分析吗？”托马斯总是很乐意地照办。

一天，在晴朗的蓝天下，吉米把手放在托马斯肩膀上说：“托马斯，你帮了我不少忙，我也知道你在那行干得很出色，但你从未提出让我成为你的客户。”

“是的，吉米，我从未想过。”

“那么，托马斯，现在告诉你我要做什么，”他温和地说，“我要在你那儿开个账户。”

托马斯笑着让他继续说下去。

“托马斯，就我所知，你有良好的信誉。就以你从未劝我做你的客户这点来看，你就很值得我敬佩，实际上我也基本遵守这一点。我同样不愿意与朋友在生意上有往来。但是，现在我希望你能做我的证券经纪人，好吗？”

接下来的星期一上午，吉米就在托马斯那里开了个账户。随后，吉米成了托马斯最大的客户。后来，他还给托马斯介绍了几个家庭成员和有生意往来的人。



专家点评

这桩看似轻而易举的生意，其实是经纪人与客户长期接触并发展成好朋友，赢得客户的信任与尊重后获得的。

一个优秀的销售人员应该了解何时该“温和地销售”，何时该默默地走开。富裕的人总是对他人保持提防的态度，对于这些极有潜力的未来客户，强硬销售的结果很可能遭到拒绝，而经过一段时间发展得来的关系会更长久，生意也自然水到渠成。



专家支招

- ★ 在和客户交朋友的过程中，抱着真诚的心态，言谈中不要流露出功利心。
- ★ 平日里培养些高雅的兴趣爱好，这有助于结交档次较高的朋友，从而与他们发展客户关系。