

去梯言系列

02

QUTIYANXILIE

一本让销售人员拥有高超营销能力的实用指南

销售

易犯

的

88个错误

XIAOSHOUYIFANDE88GECUOWU

- 以小见大，洞悉销售真理
- 实战经验，提升销售业绩
- 成就卓越，精彩点评助你炼成销售精英



赵凡禹◎主编



立信会计出版社

销售

易犯的88个错误

XIAOSHOUYIFANDE88GECUOWU

- 以小见大，列举销售故事揭秘销售真理
- 实战剖析，万法攻略帮你提升销售业绩
- 成就卓越，精彩点评助你炼成销售精英



赵凡禹◎主编



立信会计出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售易犯的88个错误/赵凡禹主编. —上海: 立信
会计出版社, 2010.5

(去梯言系列)

ISBN 978-7-5429-2516-9

I. ①销… II. ①赵… III. ①销售—基本知识
IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第056197号

策划编辑 蔡伟莉

责任编辑 张 蕾

封面设计 北京任燕飞设计室

销售易犯的88个错误

出版发行	立信会计出版社		
地 址	上海市中山西路2230号	邮政编码	200235
电 话	(021) 64411389	传 真	(021) 64411325
网 址	www.lixinaph.com	E-mail	lxaph@sh163.net
网上书店	www.shlx.net	Tel:	(021) 64411071
经 销	各地新华书店		

印 刷	北京金瀑印刷有限责任公司	
开 本	680毫米×960毫米	1/16
印 张	21.75	
字 数	380千字	
版 次	2010年5月第1版	
印 次	2010年5月第1次	
印 数	1-11000	
书 号	ISBN 978-7-5429-2516-9/F	
定 价	36.00元	

如有印订差错, 请与本社联系调换

<<出版缘起>>

——诸葛不在，去梯言存

《三国志·蜀志·诸葛亮传》中记载了这样一则故事：

刘表有两个儿子刘琦和刘琮。刘琮为后妻所生，深受刘表的喜爱，对大儿子刘琦则多怀厌恶。刘琦内心恐惧，经常向诸葛亮请教安身自保的谋略；每次面对刘琦的请教，诸葛亮都搪塞应付，“顾左右而言他”。

一次，刘琦邀请诸葛亮赏游后花园，登上一处高楼后，摆设宴席落座共饮，并令人撤去登楼的梯子。然后，对诸葛亮说：“今上不至天，下不至地，言出于口，入于吾耳，可以言未？”诸葛亮这才低声面授机宜，并以战国公子重耳为例，指出刘琦言行中的错误，制定自保争胜的策略……

此故事广为流传，“去梯言”的典故不胫而走。

作为出版工作者，当我们重读这一典故时，心中不禁生发诸多联想。诸葛孔明早已“鞠躬尽瘁，死而后已”，现代社会高楼林立却无梯可去。倘若今天的年轻人有困惑如刘琦者，将又到何处去寻觅答案呢？于是，在编辑部各位同仁调查研究之后，“去梯言”系列图书的出版方案跃然纸上。

信息社会的发达，文化教育的普及，使今天的年轻人都可以通过读书来比照自己的言行、反省自己的错误、思考自己的答案。因此，我们有理由相信随着本系列图书的陆续出版，将会有很多读者视之为良师益友，或在灯下，或在枕边，或在旅途，或在精神抖擞的清晨……读之，品之，悟之。心有所动，行有所善，在开卷有益的同时，实现每天的进步。

为了方便读者之间交流阅读心得，为了出版者能够倾听读者的心声，也为了“去梯言”系列图书能够在读者的意见中完善，在不断的完善中延续，我们专门开辟了博客，作为交流互动的平台：<http://blog.sina.com.cn/u/1688458332>。欢迎您的登录。

缘起，实乃源起。愿这支源头活水，流淌进您的心田，滋化为智慧的绿色。

《去梯言》主编

赵凡禹

2010年4月

成功的销售人员是一个团体,他们像无往不胜的战士、迅疾而来的飓风,失败的销售人员也是一个团体,却像是面团上的突起、备而不用轮胎。两者可谓是天壤之别。那么又是怎样的原因造成了如此巨大的不同呢?

导致销售人员成功与失败之间巨大差异的根本原因便是思维模式和工作方法上的巨大差别。成功的销售人员无论是在专业形象上,还是销售技巧上,都有独到之处,更胜一筹。诚然,这些独到经验的积累并非朝夕之功,而是长期的实践和总结所得出的精华。

相比之下,失败的销售人员常把时间花在制造借口,而不是努力赚钱上。这些销售人员不会向成功的销售人员学习技巧和经验;也不会有时间参加研讨会,听听可以增加销售业绩、鼓励成功的培训课程或阅读这方面的书籍;不会事先准备或是做计划。通常情况下,他们会认为那些成功销售人员不是“具有说话的天分”,就是倍受运气的垂青。

如何实现从失败销售人员到成功销售人员的顺利蜕变?

这个问题在每一位销售人员的心头重复了无数遍,但还是有很多人找不到答案。很多销售人员业绩普通,整日奔波,就是不能跻身于那些冠军业务员之列。差异的压力使得他们喘不过气。

成为优秀销售人员,当然不是一件想当然的事,而是一件非常辛苦的事,是要靠智力和体力结合起来“打拼”的事。成为优秀销售人员,靠的是脑子,靠的是信息,靠的是勤奋,靠的是方法,靠的是成功的素质。

也许你并不是这些优势的组合同才,但同样可以获得成功,照样能拿到出色的业绩。因为你还有一颗执著、不服输的心。俗话说的好:“三十年河东,三十年河西。”要知道,这个世界上没有办不到的事,只要永不放弃。因此,在这里想要对失败的销售人员说,铲除自己的自卑感吧,发挥出你的优势,挖掘出你的潜能,你完全能够成为一名驾轻就熟、本领超群的冠军销售人员!你可以自信地宣告:“我不怕差异,不怕落后,因为我可以奋斗!”

世界潜能大师、效率提升专家博恩崔西说过:“一个人有多成功,事业有多大,关键是看他怎样思考,怎样行动。”

要想获得销售的成功,就得像成功的销售人员那样思考,像成功的销售人员那样行动。那么,成功的销售人员是如何思考,是怎样行动的呢?失败的销售人员在思想和行动上又存在哪些错误,犯了哪些禁忌呢?这也正是本书与各位读者一起分享的销售制胜秘诀,以及规避禁忌之法。

关于本书

无论是销售业界的前辈级人物,还是初涉销售圈的新人,阅读这本书,都会体验到一种豁然开朗的感觉。

本书《销售易犯的88个错误》以独特的视角向读者诠释了现代销售新概念,用“禁忌”点明销售的失败教训,凸显成功经验和制胜妙诀。通过生活中常见情景故事,一针见血地道出了销售成功与失败的根源,同时结合说理,深入阐述在销售和客服过程中易犯的禁忌、易走入的误区,剖析原因,指点迷津,提供规避禁忌的具体方法。内容翔实,言简意赅,既有最直接的经验,也有最实用的招数,既有最简的提示,也有最有效的技巧。它源于实践,并且在千万销售人员的行为中体现,成为众多冠军销售人员成功的法宝。

本书可作为培育销售冠军的实用指南,它为销售人员提供了一份穿行于新领地当中的路线图,引领销售人员朝着正确、成功的方向前进,避免偏离方向,铺平销售道路上的沟沟坎坎。使用这本书的销售人员会实现非凡的业绩,同时将自己的价值观念带入销售工作中,在工作当中创造出超越业绩以外的辉煌,以及收获优异的表现与心灵上的满足感。

让每一位销售人员实现从失败到成功,从成功到优秀,从优秀到卓越,是我们这本书的宗旨。那些想实现梦想的销售人员,请沿着这条通向成功和卓越的正道一路走下去,严守必要的“交通规则”,相信你一定会成为“世界上最伟大的销售人员”!

客户开发——先和客户交朋友

- 25. 不要独闯:开发客户途径太窄 94
- 26. 不要陌生:不能把客户仅当做客户 97
- 27. 不要狭隘:搜索客户不能仅限于熟悉 101
- 28. 不要畏惧:不能逃避和高层客户的交易 105
- 29. 不要唐突:拜访客户不合时宜 109
- 30. 不要随机:不做预约临时上门 113
- 31. 不要呆板:对待客户不能“一视同仁” 117
- 32. 不要怠慢:忽略重要潜在客户 122
- 33. 不要漠视:轻视客户的陪伴者 125

产品推荐——产品形象是亮点

- 34. 不要沉默:产品有价值不能冷置一旁 130
- 35. 不要吹捧:产品有优点不能夸大渲染 133
- 36. 不要回避:产品有“疑点”不能含糊解答 136
- 37. 不要赘言:产品功能介绍不能主次不清 140
- 38. 不要抽象:产品很专业不要故弄术语 143
- 39. 不要含糊:产品价明细不能含糊报价 146

攻心为上——销售要懂心理学

- 40. 不要盲目:不了解客户的需求 150
- 41. 不要单调:不会激发客户的购买欲 154
- 42. 不要无心:不会倾听客户的心声 158
- 43. 不要乏味:不会利用顾客的好奇心 161
- 44. 不要强迫:对客户实行“强卖” 165
- 45. 不要强势:不会为客户赢得最大利益 169
- 46. 不要啰嗦:不顾心理感受一味灌输 173
- 47. 不要被动:不会向客户主动提问 176
- 48. 不要愚钝:不会化客户的借口为接受 180
- 49. 不要过度:喋喋不休惹恼客户的情绪 184

运筹帷幄——营销方法是重点

50. 不要投机:不会重复交易一锤定音成败	188
51. 不要模糊:不会选择成交顾客难说“我要”	192
52. 不要禁令:不让试用产品顾客敬而远之	195
53. 不要僵化:不会寻求差异同类竞争难胜	198
54. 不要趋同:不会发现卖点刻意模仿销售	202
55. 不要降价:不懂以稀为贵随便特价处理	205
56. 不要混杂:不明产品定位难合顾客口味	208
57. 不要隐藏:不会产品演示顾客如坠雾中	212
58. 不要直接:不会借助环境增加产品名气	216
59. 不要杀价:不会利用情感突出产品“深意”	220
60. 不要局限:不会发散思维引导客户需求	225
61. 不要迟缓:不会捕捉成交信号错失良机	228

论辩交锋——异议矛盾巧化解

62. 不要争讨:不能与顾客只打价格战	234
63. 不要异议:众口难调不能靠说赢	237
64. 不要烦躁:对顾客反复调换产品表示不耐烦	240
65. 不要回绝:对顾客的退货要求不能强力禁止	244
66. 不要抗拒:不能把客户的投诉当找茬	248
67. 不要推卸:与客户为分清责任而争论	252
68. 不要冲撞:对待“野蛮”顾客不能以牙还牙	256
69. 不要冲突:不作让步让谈判陷入僵局	260

售后服务——一心为客户着想

70. 不要自私:对客户缺乏爱心	264
71. 不要敷衍:推脱搪塞客户的请求	267
72. 不要自满:对客户反馈充耳不闻	271
73. 不要越限:售后服务毫无原则	275
74. 不要混乱:不进行客户管理	279
75. 不要粗心:客户姓名忽略不“记”	283
76. 不要轻视:对老客户不做回访	286

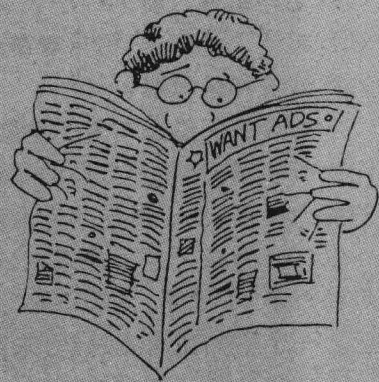
77. 不要忽略:对回头客掉以轻心 290
78. 不要拖延:服务期限借故推迟 294

德行兼备——礼数修养要到位

79. 不要失态:情绪失控难赢信赖 298
80. 不要欺骗:言而无信合作无门 301
81. 不要冷落:招待不周冷落门庭 305
82. 不要冷漠:热情不足让顾客望而生畏 310
83. 不要嘲讽:嘲笑讥讽让顾客有失颜面 314
84. 不要偏见:“嫌贫爱富”歧视顾客 318
85. 不要指责:无礼驱赶“闲逛”顾客 322
86. 不要轻蔑:不能批评顾客“缺少眼光” 325
87. 不要挑剔:不能对“货比三家”的顾客有意见 328
88. 不要贬低:不能恶意攻击竞争对手 332

积极进取——摆正心态放首位

成为一名成功的销售人员的首要工作是什么？答案是：保持正确的销售心态！这是你取得成功的不二法宝。正确的心态由“正面”的特征所组成，比如信心、诚实、希望、乐观、勇气、进取、慷慨、容忍、机智和诚恳等。至于消极的、颓废的心理态度，它们的特征都是反面的，比如懒惰、自卑、懦弱、悲观、抱怨和一蹶不振等。如果一个人始终保持积极的心态，就如同任何一位获得成功的人，在他的内心中都存在着一个坚定不移的信念，这种信念让他克服横挡在前面的障碍、困难，这个信念让他胜过其他对手。对于一名销售人员来说，也只有秉承这个信念，才能以正确的心态面对销售工作。





1.

不要消沉：做销售不能缺少竞争心态



情景故事

迪克可以说是世界上最懦弱、消沉的推销员了，常因经济拮据而失意潦倒，每次碰到困难时，总是习惯性地退缩、逃避。眼看自己业绩最差，更失去了拜访客户的信心。每次出去拜访，他都暗中祈祷对方不在。而当客户在的时候，他又害怕对方不订货，所以时常既紧张又焦虑，非常不自然。结果，生意一笔又一笔地失掉。



问题分析

案例中的迪克因为业绩差就对自己的能力失去信心，继而消沉怯懦，而这样消极的心态只是导致业绩更差，最终形成了恶性循环。不思进取、意志消沉，可以说是销售人员的一个大忌。如果总是抱着这样的心态做销售，那业绩必定难有起色。试想，当你带着萎靡不振的神情去见老板，见客户，你的能力能被对方所信任和认可吗？

如果每天总是带着一副疲倦的样子出现在客户面前，你说的每一句话都毫无生气和新鲜感，那么你的销售业绩可想而知。其实，销售业绩不佳，并不是你的能力不强，也不是你的专业水平不够高，而是你的态度不正确。

认为完成了公司规定的业绩就万事大吉，就可以优哉游哉地享乐，这种思想和万事“不求赢，只求不输”是如出一辙的。销售行业是个竞争异常激烈的行业。一个不知道居安思危、未雨绸缪的销售人员在竞争无处不在的销售行业必

定会被不断进取的人远远地甩在后面。



销售讲堂

一个小故事能够很好地证明积极的心态对一个销售人员来说是何等的重要。

小陈是一家报社的广告销售人员。刚到报社时,他对自己很有信心,向经理提出:不要薪水,只按广告费抽取佣金。经理不相信地笑了笑,答应了他的请求。

于是,他列出一份名单,准备去拜访一些其他销售人员以前没有洽谈成功的客户。

在去拜访之前,小陈让自己站在床前的镜子前,把名单上的客户念了10遍,然后挥舞着双臂大声说:“在第一个月月末之前,你们将向我购买广告版面!”然后,他怀着坚定的信心去拜访客户。

第一天,他和10个“不可能的”客户中的2个谈成了交易;第二天,他又成交了一笔交易……到第一个月的月末,只有一个还不买他的广告版面。

在第二个月里,每天早晨,小陈都去拜访那位拒绝买他广告版面的客户。而每次,这位商人都回答说:“不!”但每一次,小陈都假装没听到,然后继续前去拜访。

到那个月的最后一天,已经连着说了30天“不”的商人说:“你已经浪费了一个月的时间了!我现在想知道的是,你为何要坚持这样做。”

小陈说:“我并没有浪费时间,我一直在训练自己坚忍不拔的精神,而你就是我的老师。”

商人点点头,说:“我也要向你承认,你也是我的老师。你已经教会了我坚持到底这一课,对我来说,这比金钱更有价值,为了表示我的感激,我要买一个广告版面,权当我付给你的学费。”

很多销售人员做了很多年的销售还是碌碌无为、平平庸庸,根本原因就在于这些销售人员存在着一种消极心态,认为销售就是“完成业绩”。正因为这种不思进取、缺少竞争意识的心态,使得这些销售人员始终处于销售的“最底层”,业务上难有突破。而成功的销售人员都有一种积极的、竞争的心态。只有像故事中的小陈这样在困难和挫折面前不低头,在失败面前不气馁,在冷遇面前不灰心,始终保持积极乐观心态的销售人员,才能取得优秀的销售业绩。

销售人员的竞争心态是日渐修炼而成的,一些销售新手在刚做业务时,可能存在着只要完成业绩就行的心态,或者保证每天有业务就行,而一旦任务没有完成,心情就一落千丈,悲观消沉。销售人员不怕业绩差,就怕在困难面前首

先被自己打倒。所以,成功的销售人员要具备以下几种竞争心态。

※ 领导的心态

销售人员要像领导那样执著。销售人员具备了领导心态,就会去考虑公司的成长,考虑公司的费用,会感觉到公司的事情就是自己的事情,知道什么是自己应该做的,什么是自己不应该做的。反之,销售人员就会得过且过,不负责任。

※ 积极的心态

作为销售人员,心态一定要积极。应该在第一时间去投入到销售中,这样才会唤起激情。积极心态的销售人员处处都能发掘成功的力量。同时,有着积极心态的销售人员也能够把这种积极的力量感染给身边的每一位客户。

※ 行动的心态

行动对销售人员来说是最具说服力的。不思进取的销售人员必定也懒得行动,只要业绩完成,不必继续“行动”,或者把行动留给下一次,这就是消极的销售人员的心态。成功的销售人员需要用行动去完成销售目标,更要用行动去做好下一个销售目标的计划。

※ 主动的心态

在竞争异常激烈的销售领域,被动就会被市场淘汰,主动就可以占据优势。主动是为了给自己增加锻炼和提升的机会,增加实现自己价值的机会。成功的销售人员一定要主动地完成任务,不能陷入被迫完成业务的境地。

※ 强者的心态

成功的销售人员要有挑战和敢于冒险的精神,在困难面前不低头,在拒绝面前不认输,在失败面前不气馁。强者心态是一种坚强,在竞争激烈的销售业,这种心态最为重要。脆弱的销售人员在遭受挫折后会选择退却,有毅力和勇气的销售人员只会再接再厉,不会轻易被失败击垮。强者心态的销售人员要的是机会。成功的销售人员会不断拓宽自己的销售领域,从而更充分地发挥自己,而弱者心态的销售人员要的是稳定,贪图安逸。

去梯言——

销售人员心态中的每一处弱点、每一个不利的特点与每一种不良的习性都会成为销售的绊脚石与成功的拦路虎。只有心态积极、勇敢、不断进取,才会从根本上增强你的销售能力。



2.

不要急躁：别希望一口吃成胖子



情景故事

一位销售人员上门推销保险。

销售人员：“先生，我们公司最近新推出一款保险品种，您先了解一下。”

客户：“我的儿子走失了，拜托，等我把儿子找到再说好吗？”

销售人员：“这个保险有很多好处，您停下来听我给您介绍一下。”

客户：“你如果肯帮忙把我儿子找回来，那么保险业务的事情咱们日后找个时间再谈。但是，我警告你，你现在要是再跟我提什么见鬼的保险业务，就请你先滚出去！”

销售人员：“您先看看保险再说。”

砰！客户关门。



问题分析

这位销售人员的心情是可以理解的，因为每位销售人员都想尽快地把手里的产品推销出去，与客户多多地达成交易。但是，急于求成，想一口吃成胖子，未免性子太过急躁，结果适得其反。所以，做销售不能仓促求快，要一口吃成胖子的想法是错误的。

敲开客户的门就开始推销，完全不顾客户的情绪和环境，这种急于求成的态度并不利于销售人员的成交。由于心态浮躁，销售人员并不能与客户耐心地沟通，也没有给客户充分的时间了解自己的产品。双方都没做足准备，在还没有

来得及互相了解的情况下进行销售,结果必然是失败的。还有一些急于求成的销售人员,认为自己的时间宝贵,想着自己还有多少客户要去约见,却没有考虑到如果交易没有达成,其实质就是浪费时间。销售人员与其在有限的时间内试图和几位客户沟通,倒不如在有限的时间内和一位客户达成交易。



销售讲堂

成功的销售人员在进行销售之前,往往先做好客户的沟通工作。这些销售人员懂得掌握客户的心理,因为客户在作出买不买、买多少、何时买等购买决策时,都不是一时冲动的,客户需要权衡各种客观因素,如产品特征、购买能力等,同时还要受到主观因素的影响,如心情好坏等。因此,客户购买决策过程是一个极其复杂的过程,并不是一蹴而就的。在这种时候,销售人员应该给客户合理的考虑时间,并耐心等待客户作出决定。

销售的过程与所投入的时间、精力与回报是成正比的。有的推销员恨不得希望第一次拜访顾客就签单,而不知道应循序渐进、步步深入地去争取顾客。有头脑的销售人员懂得“放长线,钓大鱼”的道理,正因为这样才最终捞到了大的好处。

那么,销售人员在推销过程中应该怎样做到循序渐进、有耐心呢?以下建议可参考。

※ 不要慌张

慌张、性急都会使即将到手的买卖功亏一篑,所以一定要沉着应战。

※ 耐心与客户沟通

初次与客户接触时,可以采用灵活迂回战术,话题扯得越远越好,以便与客户搭界,但在最后签约成交时,要全力制造气氛,迫使对方决定购买。

※ 当心乐极生悲

要做到喜怒不形于色,否则,乐极生悲,使得客户心中生疑,落个空欢喜一场。到了最后成交的阶段,你要做的就是再鼓舞,使其欲望不断升温。

※ 不要急于降价

到了最后关头,要不要减价则无所谓了,客户这时要求减价,多是存侥幸心理,不会因为减价而改变主意的。

另外,在交易达成后,销售人员不要急于“逃离”客户,这并不是说要继续留下与客户闲聊,而是说离开时不要手忙脚乱、慌慌张张,应该从容离开。销售人员有必要在达成交易之后,向客户提出一些保险措施,然后从容离去,比如留下