

XIAOSHOU GUANJUN
SHI ZHEYANG LIANCHENGDE

销售冠军 是这样炼成的



做不了总统，就去做销售

刘屹松◎主编

本书把世界顶级汽车销售大师——乔·吉拉德，世界顶级的保险推销之神——原一平，世界顶级的房产销售训练大师——汤姆·霍普金斯的成功销售经验加以整理与提炼，简化成最简单易行的销售方法，助你成为真正的销售冠军，帮你在竞争中脱颖而出，成为不可替代的顶尖销售高手。

如果你是老板，本书是你提升业务员素质的最佳教材
如果你是销售员，本书可以助你成为行业的销售冠军，
使你的业绩上升**10倍、100倍、1000倍**……



现代出版社
MODERN PRESS

销售冠军 是这样炼成的

做不了总统，就去做销售

常州大学图书馆
藏书章



现代出版社
MODERN PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

销售冠军是这样炼成的 / 刘屹松主编—北京:
现代出版社, 2010.4

ISBN 978 - 7 - 80244 - 686 - 1

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

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第051205号

编 著: 刘屹松主编

责任编辑: 张桂玲

出版发行: 现代出版社

地 址: 北京市安定门外安华里504号

邮政编码: 100011

电 话: 010-64267325 010-64245264 (兼传真)

网 址: www.xiandaibook.com

电子信箱: xiandai@cnpitc.com.cn

印 刷: 大厂聚鑫印刷有限责任公司

开 本: 787毫米×1092毫米 1/16

印 张: 16.5

出版日期: 2010年6月第1版 2010年6月第1次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 80244 - 686 - 1

定 价: 28.00元

版权所有, 翻印必究; 未经许可, 不得转载

前言

Qian Yan

美国有句谚语,做不了总统,就去做销售。销售是一项伟大的事业,是人生成功的起点,80%的世界富翁都是从销售这个行业做起的。每个销售员都想迅速走上职业的巅峰,成为所在企业、团队、行业的销售冠军。去创造更高的销售业绩,来展示自己的才能,体现自己的人生价值。在市场竞争到了你死我活的今天,要达到自己的目标的确不是件容易的事。我们必须用千倍的热情、万倍的勇气、永不言败的信心去披荆斩棘、开疆扩土,只有这样才能保证你在销售行业中立稳脚跟,只有这样才能保证你在销售行业中得到持续的发展。

忍别人不可忍,做别人不愿做的事这才是优秀销售员的成功之精髓。

在《销售冠军是这样炼成的》一书中,作者结合理论,联系实际。不仅能让销售员领悟到一个销售冠军应该具备的精神品质,而且还能掌握全面、系统、实用的理论知识。包括怎样培养销售员过硬的职业素质;树立明确的目标;开发更具潜力的市场;简单有效的与客户沟通,一语中的的电话销售技巧;互惠互利的谈判策略;无处不在的业务拓展;人性化的客户管理。无论你在销售什么产品,无论你面对多么专业的买主,无论你面对多么挑剔的客户,无论你是电话销售还是面对面的销

售,这些方法都会将告诉你如何成为所在行业的销售冠军。本书讲述了最秘密的销售技巧,最人性化的销售原则和最关键的成交绝窍,句句独到,招招点睛,一看就懂,一学就会,一用就灵,方便实用,称得上是销售员的精明助手、得力的秘书和高级的参谋。

目 录

Contents

第一章 素 质 1

——想要爬多高，工夫就得下多深

菲利普·科特勒在《营销管理》中引用过一项调查结果：27%的推销员创造了 52% 的销售额。推销员业务素质的高低直接影响着销售业绩。优秀推销员应具备的业务素质高度概括为：策划家的头脑，技术员的双手，菩萨般的心肠，运动员的双脚。

第一节 你凭什么做销售冠军 (3)

- ◇ 如何认识推销员 (3)
- ◇ 你能做推销员吗 (6)
- ◇ 推销人员必备的素质 (9)

第二节 推销员的核心能力训练 (13)

- ◇ 成功推销员的 8 项特质 (13)
- ◇ 10 种核心能力打造顶尖推销员 (17)

第三节 推销员形象塑造	(23)
◇ 出类拔萃的自我包装	(23)
◇ 言行举止恰到好处	(26)
◇ 销售首先是推销你自己	(29)

第二章 目标 33

——自我激励，永远朝着最亮的星星走

美国成功学家拿破仑·希尔在《一年致富》中有这样一句名言：一切成就的起点是渴望。一个人追求的目标愈高，他的才能发展就愈快。一心向着目标前进的人，整个世界都给他让路。推销员，你想改变你的世界，请赶紧树立一个明确的目标，并为之去努力现实它。

第一节 立志磨炼，让你的目标更远大	(35)
◇ 目标就是力量，奋斗才会成功	(35)
◇ 什么是职业生涯设计	(37)
◇ 推销员如何确立目标	(40)
第二节 态度决定胜负	(43)
◇ 拥有积极的心态	(43)
◇ 推销决胜于 5 种心态	(45)
◇ 发挥自我暗示的作用	(49)
第三节 学会自我激励	(53)
◇ 推销员成功的 8 大法则	(53)
◇ 成功自我激励 20 法	(60)

第三章 市 场 65

——洞察入微，市场无处不在

市场是推销员的前沿阵地，是他们展示自己的才能，创造自己价值的地方。但对于销售员来说，只有全面的去做市场调研和系统的市场分析，才能获取完整的市场信息，并进一步赢得市场。同时只要你细致入微的观察，市场又无处不在。

第一节 认识市场 (67)

- ◇ 市场到底是什么 (67)
- ◇ 市场调查的基本内容 (71)
- ◇ 市场调查的方法和技巧 (74)
- ◇ 如何撰写市场分析报告 (77)

第二节 了解你的产品 (80)

- ◇ 产品特性与定位 (80)
- ◇ 产品的价格策略 (82)
- ◇ 对自己销售的产品“如数家珍” (85)

第三节 寻找潜在客户 (88)

- ◇ 分析客户的需求 (88)
- ◇ 掌握客户消费的心理 (89)
- ◇ 寻求潜在顾客的方法 (92)

第四章 沟 通 97

——跨越深谷的吊桥，从一根细线拴颗石子开始

有人说“好胳膊好腿，不如长个好嘴”。业绩最佳的推销员往往不是营销知识最好的，而是沟通能力最强的。一切成交都源于有效的沟通。因此，衡量推销员是否合格，首先看他是否具备良好的沟通能力。

第一节 接近客户的方法 (99)

- ◇ 拜访前的客户调查 (99)
- ◇ 找对约见的理由 (101)
- ◇ 接近客户的说话技巧 (103)

第二节 拜访客户的技巧 (107)

- ◇ 讲究沟通的礼仪和技巧 (107)
- ◇ 寻找与客户共同话题 (110)
- ◇ 与客户谈话的语言艺术 (114)
- ◇ 有效倾听的技巧 (117)

第三节 掌握说服的艺术 (120)

- ◇ 处理客户反对意见的态度和步骤 (120)
- ◇ 消除异议的7种方法 (123)
- ◇ 如何有效说服客户 (128)

第五章 电话销售 131

——无界弗远，电话让生财之道畅通无阻

电话销售成本低、方便、省时省力，同时也受一些制约。比如买卖双方不能面对面的沟通，不能直接看到真实的产品（服务）；有时受到前台及秘书的阻碍，而很难见到决策人；有时客户没有耐心接听下去很容易挂掉电话等等。这些都是我们学会用电话销售技巧来攻克的问题。

第一节 电话销售的准备 (133)

- ◇ 开展电话业务前的心理准备 (133)
- ◇ 电话业务开展前的物品准备 (137)
- ◇ 制作滴水不漏的脚本 (139)

第二节 电话销售重要环节 (146)

- ◇ 打销售电话的基本步骤 (146)
- ◇ 尽展个性语言魅力的开场白 (149)
- ◇ 机会在于与关键人物交锋 (152)
- ◇ 电话中产品或服务介绍 (156)
- ◇ 电话中人和事的准确确认 (158)

第三节 电话销售实用技巧 (161)

- ◇ 拨打电话时间的掌握 (161)
- ◇ 打业务电话如何控制情绪 (162)
- ◇ 有效增强自己听力的技巧 (164)

第六章 商务谈判 167

——能言善辩，文明“战争”的结果是双赢

谈判是智慧的博弈。谈判无处不在，无论是采购、销售、合作，还是日常的沟通，都会涉及到谈判。高效的谈判是推销员必备的一种职业素质，也是推销员在各种商务活动中频繁使用的一种重要技能。哲人说，财富的金字塔是由嘴巴创造的。

第一节 商务谈判的概念、原则及准备 (169)

- ◇ 什么是商务谈判 (169)
- ◇ 了解你的谈判对手 (172)
- ◇ 客观的计划是谈判成功的基础 (175)

第二节 商务谈判中的常用技巧 (180)

- ◇ 谈判入题技巧 (180)
- ◇ 谈判中的陈述技巧 (181)
- ◇ 谈判中的报价技法 (182)
- ◇ 突破谈判僵局的说话技巧 (185)
- ◇ 商务谈判的拒绝技巧 (188)

第七章 业务拓展 191

——左右逢源，关系网络就是金钱

优秀的推销员是永远不满足于现状的。他们会不停的开疆扩土，拓展自己的业务。他们不仅用真诚与热情服务好现有的每一位客户，而且不断的深入开发新客户。他们把更多的生人变成熟人，把更多的熟人变成关系，把更多的关系变成生意。

第一节 渠道关系的建立 (193)

- ◇ 什么是销售渠道 (193)
- ◇ 做销售渠道，首先是做关系 (195)
- ◇ 如何与经销商建立互信关系 (196)
- ◇ 事先织就一张关系网 (198)

第二节 让促销更有效 (201)

- ◇ 如何唤起顾客的好奇心 (201)
- ◇ 如何利用现场演示打动顾客 (203)
- ◇ 发挥图片讲解法的魅力 (205)
- ◇ 值得我们尝试的创意促销 (207)
- ◇ 怎样迅速成交 (210)

第三节 关系网络的维护 (214)

- ◇ 结束是再次推销的开始 (214)
- ◇ 感动客户比打动客户更重要 (215)
- ◇ 推销的终极秘诀是什么 (218)

第八章 客户管理 221

——宽容谦和，管理才更贴近人心

客户管理的目的，不是让你小心翼翼地把客户作为“上帝”来伺候，而是通过推销员对客户培养、支持和辅导，建立一种互惠互利、相互信任、共同成长、共同进步，可持续发展的业务伙伴关系。

第一节 客户管理的含义 (223)

◇ 客户管理的目的和内容 (223)

◇ 客户管理的原则与方式 (226)

第二节 客户管理的方法与技巧 (231)

◇ 顾客管理的一般方法 (231)

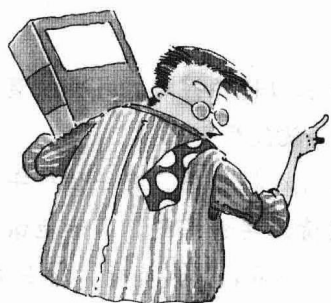
◇ 如何管理老客户 (233)

◇ 重新经营“流失的顾客” (236)

第三节 货款回收与管理 (239)

◇ 客户常用的欠款方法及其应对手段 (239)

◇ 如何有效催收货款 (240)



第一章

素质

——想要爬多高,工夫就得下多深

菲利普·科特勒在《营销管理》中引用过一项调查结果:27%的推销员创造了52%的销售额。推销员业务素质的高低直接影响着销售业绩。优秀推销员应具备的业务素质高度概括为:策划家的头脑,技术员的双手,菩萨般的心肠,运动员的双脚。

原一平“住”在公园的那段时间，他依旧精神抖擞，每天清晨5点左右就从长凳上爬起来，迅速地梳洗之后，就徒步上班。

一路上，他不断微笑着和擦肩而过的行人打招呼。有一位绅士经常看到他这副快乐的样子，很受感染，便邀请他共进早餐。尽管他饿得要死，但还是委婉地拒绝了。当得知他是保险公司的推销员时，绅士便说：“既然你不赏脸和我吃顿饭，我就投你的保好啦！”他终于签下了生命中的第一张保单。更令他惊喜的是，原来，这位绅士是附近一家大酒店的老板，也是三业联合会的理事长。经过他的介绍，原一平获得许多潜在的客户。

从这一天开始，否极泰来，原一平的工作业绩开始直线上升。到年底统计，他在9个月内共实现了16.8万日元的业绩，远远超过了当时的许诺。

会微笑也是一种素质。在你的销售中，掺进真诚的微笑，用微笑面对客户、接受拒绝，或许你会有意想不到的大收获。

第一节 你凭什么做销售冠军

◇ 如何认识推销员

你想做或者正在做推销员吗？那么，你首先得读懂“推销”和“推销员”。

所谓推销，是指商品所有者为实现商品价值，主动地、积极地采用各种办法，刺激、诱导、吸引买方购买其商品的一系列信息传递活动，帮助买方认识商品的存在、性能、特征等情况，刺激、诱导买方的购买欲望，并通过商品货币关系，积极向商品购买者让渡商品使用价值的一种赢利性的销售活动。

自然理解，“推销员”就是从事这种商品推销活动的人。然而，这只是营销理论层面的解释，深层次的理解还有很丰富的内涵，至少包含下面6大观念：

1. 推销员是一门专业的、光荣的职业

推销是商品生产者和消费者之间的纽带，是发展商品经济必不可少的环节，有时甚至直接关系到企业的存亡。随着商品经济的蓬勃发展，推销的地位日益重要，作用日益重大；销售队伍越来越成熟，社会影响力更加巨大。

推销员，无论你是自愿抑或被迫，无论你是出于养家糊口还是出于理想、创业，无论你是把它当做临时栖息之所或是把它作为终身职业，在你的心目中，你都要牢记：推销员是一种高尚、有意义的职业，推销员可以成为伟大人物（如乔·吉拉德），就如同人们说起我是医生、律师、

公务员一样有自豪感。

在你的言行中，往往要使用最专业的词语、很专业的语气去说话，如：不要说“我做不到”，而要使用一些肯定的话，如，“我将尽力”；永远不要说“这是个问题”，而说“肯定会有办法的”；跟你的顾客说“这是解决问题的办法”，而不要说“要解决问题你必须这样做”；如客户向你要求一些根本不可能做到的事情该怎么办？很简单：从顾客的角度出发，并试着这样说：“这不符合我们公司的常规，但让我们尽力去找其他的解决办法”。

这不只是一种技巧，而且是尊重自己的职业，看重自己人生的基本做法。

2. 你就是企业

推销员的价值应该是：我是我自己，但更是公司人；我向往、我追求美好、进步与个人成就，但我更追求公司与客户的更美好、更进步、更有成就，我的价值在别人的成功中得以实现；因为我的存在使得公司的事业更成功；因为我存在使得厂、商、户共同发展更具竞争力；因为我的存在而使得人们的生活更加丰富多彩。

有老板的心态，像老板一样思考，像老板一样行动。即使你所在的公司有庞杂的分支机构和几千名职工，但对于顾客来讲，公司就是你，因同他们直接接触的是你。顾客把你的公司看作一个仅为满足他要求的整体。结论一：不可以把问题推给另一部门；结论二：若顾客真的需要同公司的其他人谈，那也不要把他推给一个你没有事先通知过的同事，而且你要亲自把你的同事介绍给顾客，同时应给顾客一句安心话：“若他还是不能令您满意，请尽管再来找我。”

3. 推销商品首先是推销自己的人品

现代推销强调的一个基本原则是：推销，首先是推销你自己。所谓推销你自己，就是让顾客喜欢你、信任你、尊重你、接受你，简言之，就是要让顾客对你抱有好感。