

王牌销售特训课程系列

# 促使客户 成交

李慧 著

看情景剧，学销售技能，悟人生智慧，国内最高端的e-Learning电子课程系列，半年内在线学员突破百万大关。集十万案例精华，创研发投资成本之最，经百万学员验证，做国内最人性化的培训课程系列。



王牌销售特训课程系列

# 促使客户 成交

李慧 著



广东出版集团  
广东人民出版社  
· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

促使客户成交 / 李慧著. — 广州: 广东人民出版社, 2010. 4

(王牌销售特训课程系列)

ISBN 978-7-218-06684-4

I. 促… II. 李… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第043089号

**促使客户成交**

李慧著

 版权所有 翻印必究

出 版 人: 金炳亮

责任编辑: 张竹媛 张力平

装帧设计: 张力平 陈小丹

责任技编: 周 杰 黎碧霞

出版发行: 广东人民出版社

地 址: 广州市大沙头四马路10号 (510102)

电 话: (020) 83793888 (总机)

传 真: (020) 83780199

网 址: <http://www.gdpqh.com>

经 销: 广东省出版集团图书发行有限公司

印 刷: 恒美印务 (广州) 有限公司

书 号: ISBN 978-7-218-06684-4

开 本: 787 mm × 1092 mm 1/32

印 张: 5

插 页: 0

字 数: 10千字

版 次: 2010年4月第1版 2010年4月第1次印刷

印 数: 10000册

本册定价: 15.00 元 (全套五册)

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与出版社 (020—83795749) 联系调换。

售书热线: (020) 83790604 83791487



**李慧**，道朗教育信息咨询有限公司创始人，从事培训工作10年，长期为50余家国内顶级500强企业、国内著名企业担任培训工作，受训人数达上万人次。多年来的实战工作经验，加上对员工培训过程的理解和对课程体系的研究，她开创的道朗教育立志打造中国自己的第一培训品牌，做最顶级的培训课程，做最有效、最实用的培训课程以及做最尊重学员感受的培训课程。2009年新推出了10门高端电子课程。半年内线上学员突破百万大关，成为行业内杀出的一匹黑马。而她所创新开发出来的e-learning电子课程系列也迅速成为500强企业争相订购的产品。

为了让更多的学员受益，道朗教育联手广东人民出版社共同将这套热销中的电子课程出版成书，希望能成就更多的销售一线从业人员。道朗教育，培养精英人士的摇篮。



### 刘刚

年龄：27岁  
职业：一线销售  
特点：认真、冷静、善于思考



### 王敏

年龄：25岁  
职业：一线销售  
特点：保守、传统、  
中规中矩



### 贾主管

年龄：42岁  
职业：销售主管  
特点：精于世故，做人圆滑，  
喜欢推卸责任

# 人物介绍 People Introduction



甄经理

年龄：35岁

职业：销售经理

特点：销售经理的完美标杆，  
旗帜性人物



夏雨

年龄：24岁

职业：一线销售

特点：创新、不走寻常路



张涛

年龄：26岁

职业：一线销售

特点：小资，喜欢新鲜事物，  
略有玩世不恭的心态



## Contents



|                     |          |
|---------------------|----------|
| <b>第一章 认识促使客户成交</b> | <b>7</b> |
| 第一节 认识购买欲望和购买行动的差别  | 8        |
| 第二节 客户改变主意的原因分析     | 32       |
| 第三节 销售人员自身也能导致促成失败  | 48       |

|                      |           |
|----------------------|-----------|
| <b>第二章 影响促成的两大因素</b> | <b>70</b> |
| 第一节 促成的准备工作          | 71        |
| 第二节 促成时机的把握          | 87        |



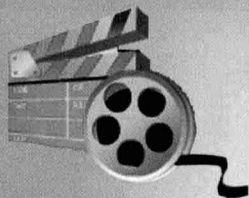
|                      |            |
|----------------------|------------|
| <b>第三章 促使客户成交的技巧</b> | <b>111</b> |
| 第一节 激将成交法            | 112        |
| 第二节 假设成交法            | 131        |
| 第三节 连续确认法            | 149        |

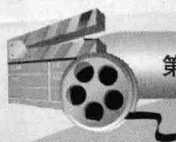




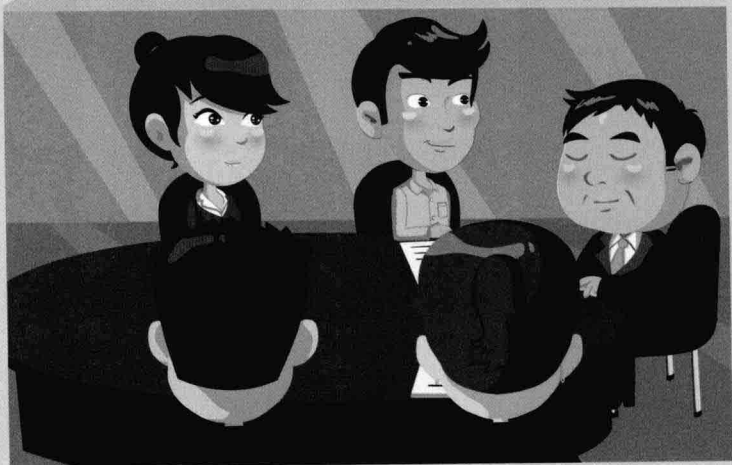
# 第一章

## 认识促使客户成交

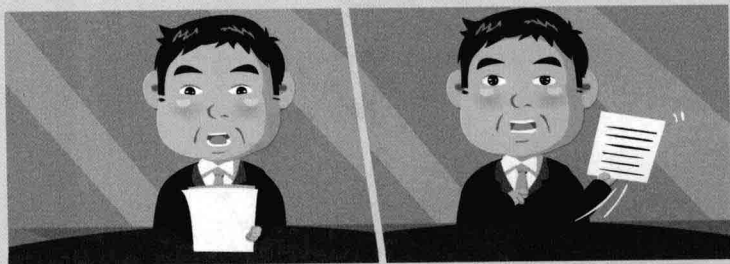




## 第一节 认识购买欲望和购买行动的差别



贾主管在办公室里召集大家开会。



贾主管说道：“今天我们开会的主要内容是看看这个月的销售业绩。”说着拿出了这个月销售业绩的统计报表，说道：“这个月大家的销售业绩都出来了。”



然后看着夏雨，说道：“夏雨，这个月你做得最差。”



张涛、王敏和刘刚听到这个消息都有点不相信自己的耳朵。



夏雨则像被霜打了似的，没有出声。



张涛小声地对王敏说道：“不会吧，怎么可能呢？不是每次汇报跟进情况的时候，夏雨都是最棒的吗？”



王敏也小声回答道：“就是啊，每次都说她的客户反应有多好，出单绝对没问题的呀？”



刘刚也插了句：“我每次听夏雨讲客户情况的时候，都特担心自己，觉得她的市场做得真不错，怎么可能是最差的呢？”



夏雨则一直保持着沉默。

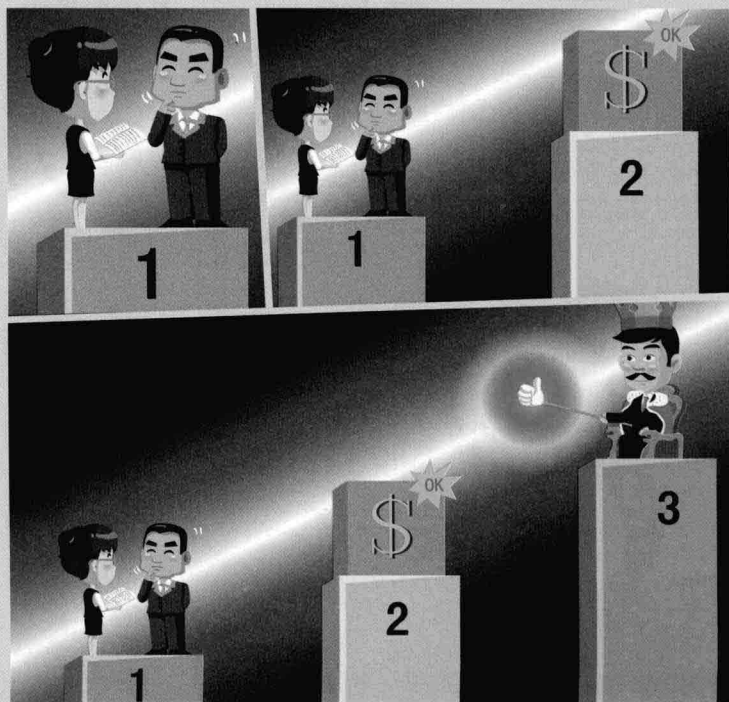
贾主管看到大家交头接耳的议论着，说道：“大家有什么话可以明着说出来嘛，没有必要在下面交头接耳的。”



贾主管盯着张涛，说道：“说说吧，你们都议论什么呢？张涛，你先说说。”



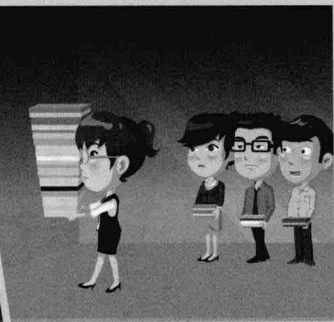
张涛见躲不过去了，于是说道：“我有点意外，觉得贾主管你是不是统计错了啊！”



“上次夏雨回来不是说她跟的客户对我们的产品很满意，价格也觉得不错，连客户的领导也都亲自认可了。”



“事情都办成这样子了，怎么可能不出单呢？怎么可能业绩最差呢？”



王敏也说出了自己的困惑：“我也觉得。夏雨的客户，随便出一个单子，金额都会比我们的多。那时候我们的客户几个加起来也没有她一个客户的购买能力强呢。”



“而且，那次我陪夏雨见的那个客户真的是很满意啊，态度很好，也表示对产品感兴趣。”



“就连我们离开客户公司的时候，他们的领导不但亲自送我们出了公司，还一再要求请我们吃饭呢！”



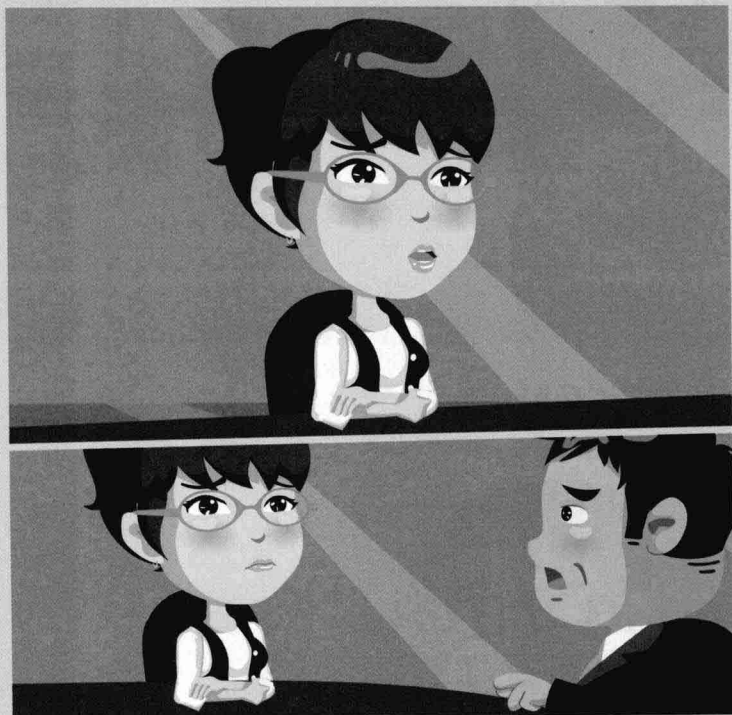
刘刚开始发言了，说道：“贾主管，你不是开玩笑吧？谁不知道，夏雨拓展业务的能力最强，开发新客户的能力也很强，与客户沟通的能力更是不差呢，而且她对公司的产品了解得也最清楚啊。”



“这些都做到了，怎么可能会业绩最差呢？”



贾主管看到了大家的顾虑，也说道：“当我看到这个数字的时候我也很吃惊，所以反复确认好多次。”



夏雨看到这种情形，觉得自己实在不能再沉默了，说道：“你们别说了，我自己知道出了什么问题。”贾主管也很想听听夏雨的解释，忙跟道：“那你跟大家说一下，为什么你的业绩会出得不好呢？”