

告诉你搞定客户必备的有效手段

搞定客户

的 7 大制胜法宝

华 阅 ◎ 编著

客户是你获取收益的摇钱树，客户是你创造业绩的订单。搞定了客户，你就搞定了走向成功的金钥匙！

- ◎ 搞定客户是拓展营销渠道的前提 ◎
- ◎ 搞定客户是创造销售业绩的基础 ◎



中國華僑出版社

搞定客户的 7大制胜法宝

华 阅 编著

江苏工业学院图书馆
藏书章

中國華僑出版社

图书在版编目(CIP)数据

搞定客户的7大制胜法宝/华阅编著.

—北京:中国华侨出版社,2009.6

ISBN 978-7-80222-975-4

I. 搞… II. 华… III. 推销—方法

IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第084470号

• 搞定客户的7大制胜法宝

编 著:华 阅

责任编辑:文 丹

经 销:新华书店

开 本:710×1000毫米 1/16开 印张/15 字数/190千

印 刷:北京毅峰迅捷印刷有限公司印刷

版 次:2009年7月第1版 2009年7月第1次印刷

印 数:1—4000册

书 号:ISBN 978-7-80222-975-4

定 价:26.80元

中国华侨出版社 北京市安定路20号院3号楼305室 邮编:100029

法律顾问:陈鹰律师事务所

编辑部:(010)64443056 64443979

发行部:(010)64443051 传真:(010)64439708

网 址:www.oveaschin.com 邮箱:oveaschin@sina.com

前言

推销工作是一门营销科学与艺术。能否认识和掌握实用的推销方法和技巧，是每一位推销员最为关心的问题，它决定着推销工作的成败和推销业绩的高低。

对于推销，相信大多数人都会感到陌生。它的历史其实十分悠久，甚至可以追溯到人类社会第一次出现商品的概念的时候。相比传统的销售方式，推销无疑是特殊的，并且已经被证明非常有效。正因如此，它越来越受到全世界商家的重视，并成为他们出售产品与服务的重要手段。

推销高手不是天生的，但事实证明，推销高手是可以学成的，也就是说，你可以通过学习成为一名推销高手。本书力求为你在成为推销高手的路上，助你一臂之力。我们从心态与方法两个方面，精心研究了中外许多成功推销的案例，采撷了推销高手们的千金之言，奉献给大家，努力做到趣味性、知识性和实用性的统一。如果你能从推销高手们的教诲中吸取精髓，甚至从推销高手们的某一句话、某一个事例得到启发而豁然开朗，达到一通百通，走上销售高手的春风大道，便是我们最大的期望。

《搞定客户的7大制胜法宝》撷取了推销员日常工作中常用的却又被许多推销员熟视无睹的推销方法，并加以条理化和逻辑化。在这个注重差异的时代，一个方法就可能感动顾客，一个方法也可能促成交易，一个方法还可能使危局峰回路转，因此，作为推销员或是推销员管理者的你，有理由更有必要去关注工作和生活中的每一个推销方法。

本书介绍的销售方法和经验并不是一夜之间形成的，它是建立

三二

前

前

三二





搞定客户的7大制胜法宝

在国内外无数推销前辈、推销大师多年实践和无数成功经验基础上的。成功的道路是人们愿意选择的最佳路线，而本书的推销理念和推销技巧有的来自以往的经验，有的来自目前世界上叫得响的推销专家，而更多的是来自推销第一线的、现实的推销高手。它能保证你的推销业绩迅速上升。

本书有如一张你可以一步步按图索骥的地图，经由一个个轻松有趣却又深入人心的销售实例与解决问题之道，让你在看似成交希望渺茫时，还能将销售会谈拉回正轨。通过本书，你无需再害怕遇见形形色色的客户问题，也唯有翻开本书，才能让你处于销售劣势时不致节节败退，有效地反败为胜，成功无畏地达成销售目的，冲向业绩的高峰。

经常翻翻，定期看看，想想书中提供的推销经验，以及非常容易运作的具体方法，灵活运用到你的实际工作中去，一定会使你迅速走上成功之路。

编 者

2009年5月于北京

||| GAODING KEHU DE 7 DA ZHISHENG FABAO |||



目 录

CONTENTS

第一章

激情是金，推销的成功 85% 由热情决定

无论什么样的事业，要获得成功，首先需要的就是工作热情，推销事业尤为如此，因为推销员们日复一日地到处奔波，辛辛苦苦地推销商品，需要耗费大量的精力和体力，还经常会遭遇到客户的拒绝，而热情能够使悲观的人成为乐观的人，使懒惰的人成为勤奋的人，使普通的推销员成为顶尖的推销员。日本推销大师原一平曾说过这样一句话：“热情在推销中占的分量为 85%，而产品知识只占 15%。”

关心顾客是激发热情的源头	(3)
情绪感染是最有效的说服利器	(8)
你的业绩与你的热情成正比	(12)
与客户保持联络，让情感慢慢升温	(15)
用微笑融化顾客的冷漠与拒绝	(18)
真诚的赞美让你与客户的距离更近	(22)
认定对方就是你的客户	(26)

三

目

录

三

1





搞定客户的7大制胜法宝

第二章

勇于行动，想到之后立刻去做

有一个事实我们必须明了，那就是我们的大脑无时无刻不在思考，尤其当我们想获得成功时，我们的大脑会处于最亢奋的状态，我们会产生许多想法，而这些想法中有很多是绝妙的好点子，能够促使我们在推销过程中获得很好的效果。可惜的是，在很多时候，我们往往只是想想而已，并且寻找各种借口不加以执行。这时，唯一的结果便是让好的想法白费，让我们永远处于一种低效率的状态中。想到的事情就要立刻动手去做。如果你当前没有充足的时间，那么给自己确定一个期限，让时间来约束你的想法。千万不要让借口和惰性延迟你的行动。如果你真的能做到这一点，又何必担忧自己不能创造出好的业绩呢？

- 成功从勇敢地迈出第一步开始 (31)
- 最佳的时机就是立刻动手去做 (35)
- 好运气的秘密在于比他人勤奋 (39)
- 没有耐心去等待成功，就只能面对失败 (43)
- 再试一次你就能成功 (46)
- 不到最后关头，绝不放弃 (52)
- 做好自己的每一天 (57)

第三章

心存感激，真诚地面对每一位顾客

许多推销员在开始自己的推销生涯时，出发点都是为了赚取佣金，即为己谋利。而销售天才们的目的却是为客户服务。



实际上，由为己谋利到为他人服务，并非什么大不了的转变，但是这种转变却能产生极其深远的影响。一旦你不再过分注重于自身的利益得失，开始一心一意地为客户着想、为客户服务，你的身边必定会出现许多前所未有的新机会，你也会与许多人发展出原本预料不到的良好人际关系，让你能获得更好的销售业绩。

做一个受欢迎的服务者	(63)	三
心存感激，服务永无止境	(66)	三
品格是决定成交与否的关键	(70)	
满足需求便是刺激购买欲望	(74)	目
与其隐瞒缺点，不如坦言相告	(78)	
信誉永远比金钱更重要	(84)	
每一位客户都是销售业绩的增长点	(87)	

第四章

优质的服务是业绩飙升的密码

无论是谁，只要想在推销行业中作出成绩，便必须明白一点，在现今竞争激烈的市场中，导致他人购买的决定因素，并非在于你推销的产品有多好，而是在于你提供给他们的服务又多么优质。因为在科学技术高度发展的今天，产品间的差异化越来越小。在满足同一种需求的时候，人们有了更多的选择。在这个时候，竞争的不仅仅是产品的质量，更重要的是你所能提供的服务，当你为客户提供的服务越优异的时候，你所推销的产品便越发容易被客户接受。

心在哪儿，就会在哪儿开出最美的花	(93)	录
无报酬的附加服务是增强忠诚度的良方	(96)	三





搞定客户的7大制胜法宝

唯有优质服务，才有优异的业绩	(101)
消除抱怨是稳固客户最好的时机	(106)
顾客的利益是服务方向的航标	(112)
把顾客当做自己的一部分	(115)
优质的服务是业绩增长的土壤	(118)

第五章

自信是走向成交的敲门砖

推销是充满了挑战和机遇的事业，它和从事其他职业一样，是否自信是我们能否做好的关键。想想看，如果我们自己都不相信能做好推销工作，又怎么能做好呢？曾经有位哲人说过：自信是走向成功的敲门砖。当你决定投身推销行业后，你便要培养坚定的自信心，相信自己胜任这份工作，相信自己能说服客户购买你的商品。请记住下面这句话：自信并不因为困难的存在而消失，而是困难因为自信的丧失而诞生。

相信自己，才能说服客户	(123)
告诉自己：一定能行	(126)
敢于打破“绝不可能”的陈腐观念	(131)
客户拒绝一定有原因	(135)
战胜拒绝，首先得战胜自己	(140)
用对方法才能做对事	(145)
把注意力集中到你想要的销售业绩上	(152)



第六章

有能力才有实力，积极敬业完善自我

就像登山，如果没有好的体力，我们只能望着高耸入云的山峰惊叹。要登上山顶，我们便必须拥有良好的体魄，这就是实力。如果你想创造出优异的业绩，想成为一名卓越的推销人员，便不要把希望寄托在好的运气或者是好的机遇上，它取决于推销人员自身的实力。这是一个依靠能力说话的时代，因此，在今天竞争激烈的社会环境中，对一个不断要求进步，提升自我业绩的推销人员而言，便必须不断学习，加强自身能力的修炼。

- 良好的业绩源于对销售的正确认识 (157)
- 把你现在做的工作当成事业做 (159)
- 拥有积极向上的心态激发自身潜力 (164)
- 高要求才有高的成就 (171)
- 主动提高自我素质 (176)
- 不断学习，完善自我知识结构 (181)
- 增强应变能力，适应不同客户的具体要求 (185)
- 加强口才修炼 (188)

第七章

灵活运作，思路决定销路

在当今茫茫商海中，竞争对手林立，产品日新月异，许多生产企业和商业企业的产品、商品因无竞争优势而滞销，大量积压，甚至几乎完全卖不出去；许多新开发的产品迟迟推销不出去；许多好的商品卖不出应有的价钱。在这些情况下，普通





搞定客户的7大制胜法宝

||| GAODING KEHU DE 7 DA ZHISHENG FABAO |||

的销售经理、销售人员只会按惯例销售，束手无策，坐以待毙。但是，推销天才总是用积极的态度从事销售，总是根据自家商品的情况、竞争对手及其商品的情况、市场上某种商品的供求情况、可以合作的伙伴的情况等，构想出并采用某种或某些奇特的方法，突发奇招，找到商机或创造出商机，把积压的商品快速销售出去，把新开发的好产品很快地卖给广大顾客，把价格偏低的商品以较高的、甚至高得多的价格卖出去。

反向思维	(195)
引发好奇	(199)
巧用良机	(202)
投其所好	(205)
情感先行	(208)
快乐消费	(211)
限量销售	(214)
借网打鱼	(217)
“危机”就是商机	(220)
制造假象	(222)
舍小利，得大利	(225)
自创商机，超前思维	(228)



搞定客户的7大制胜法宝

第一章 激情是金， 推销的成功85%由热情决定

.....

无论什么样的事业，要获得成功，首先需要的就是工作热情，推销事业尤为如此，因为推销员们日复一日地到处奔波，辛辛苦苦地推销商品，需要耗费大量的精力和体力，还经常会遭遇到客户的拒绝，而热情能够使悲观的人成为乐观的人，使懒惰的人成为勤奋的人，使普通的推销员成为顶尖的推销员。日本推销大师原一平曾说过这样一句话：“热情在推销中占的分量为85%，而产品知识只占15%。”

.....

GAODING KEHU DE 7 DA ZHISHENG FABAO

THE HISTORY OF THE UNITED STATES

OF THE UNITED STATES OF AMERICA
FROM 1776 TO 1876
BY
JAMES M. SMITH
VOLUME I
THE FOUNDING OF THE NATION
1776-1800

关心顾客是激发热情的源头

推销员在向顾客推销某种产品或服务时，顾客往往会存有一种戒备心理，认为推销员是为其自身利益，千方百计地想把产品推销给自己。因此推销员需要具备良好的素质和心理条件，结合顾客不同的心理状态，付出自己的爱心，使顾客先接受自己，继而接受自己所推销的产品或服务。

日本著名的保险销售天才山田正皓有一次去拜访客户时，恰好赶上天空中乌云密布，眼看暴风雨就要来临了。忽然他看到被访者的邻居有一条毛毯晒在院子中，主人却忘记将它收起。他便大声叫道：“要下大雨啦，快把毛毯收起来吧！”他的这句话对这家人而言无疑是一种发自内心的关怀，女主人非常感激他，而他要拜访的客户也因此非常热情地接待了他。

在山田正皓早期的推销工作中，有一位先生曾经坚持要购买两份同样的保险，一份立在他自己的名下，另一份给他太太。山田正皓遵从了这位客户的要求。但是在输入客户资料时，他发现两份保险分开投保的费用，比共同投保一份的费用高出20%。他立刻打电话给这位客户讲明，如果他愿意把这两份保险合并为一份的话，至少可以省下20%的费用。客户十分感激，欣然接受了他的建议。从那以后，这位客户与他成了好朋友。虽然因为此事他当月的佣金减少了很多，但是这部分损失他早就从那位客户所介绍的朋友那里得到了更多的补偿。

在山田正皓的推销工作中，他始终在思考自己能为客户做些什么。他的客户中有不少是企业的经营者，遇到这些客户，他就会想，自己能为他们的企业做些什么？能带给他们什么样的利益？这





搞定客户的7大制胜法宝

个思考模式就是他的推销哲学。

有一次山田正皓去拜访一位老客户——一家房地产公司的总裁。他到达客户的办公室时，正巧遇到这位总裁的一个朋友，这位朋友正为不知如何运用一块闲置的土地而发愁。他立刻为其介绍了一家专门建设出租公寓的建筑公司。还有一次，他主动撮合一家电视娱乐软件商与另一家电脑软件公司的负责人认识，目的就是想助他们一臂之力。

这样的例子不胜枚举，山田正皓为什么要这样做呢？因为这是一个天才推销员所具有的附加价值。推销是要付出情感的，关心别人就等于是关心自己，帮助别人的同时也帮助了自己。只要你能够充分表露出为客户服务的诚意，并且全力以赴，客户就一定会感觉到这一点，就会对你产生信任。

山田正皓在接受一家杂志的访问时曾说：“与客户接触时，一走进门，要让客户感觉舒服，而不要让其感觉到压力，他们就会和你建立长期的业务关系，他们会逐渐喜欢上你，信任你。这个原则年复一年地跟随着我，成为我开展销售业务的基石。你先别管任何其他技巧，也不要尝试这些技巧。你只要想办法让客户觉得和你在一起很舒服，喜欢并且信任你，让他们觉得你是来为他们提供服务的，而不是来卖东西的就行了。”

山田正皓在推销过程中总是竭尽全力地鼓励和关心客户，使客户感受到温暖，把他当成知心朋友，这对他的推销工作起到了积极的作用。二十几年来，他因业务关系而结识的朋友超过数千人，而且大部分都保持着联系，这又为他的推销工作起到了不可估量的推动作用。做生意就是交朋友。要取得客户的信任，你就要真诚地关心他，这会化解任何客户的冷漠和拒绝。

美国著名的汽车销售员乔·吉拉德之所以取得巨大的成就，就是因为他真正表现出了对客户的关心。他说：“美国的那些大饭店，就连厨房里都洋溢着对顾客的热情和关心……当我卖掉一辆



车，顾客要离开的时候，他们的心情就和从大饭店里走出时一模一样。”

汽车卖出去以后，吉拉德对客户关切之情始终是温暖的。“客户回来要求服务，我总是尽我所能，帮他们将事情办理得尽善尽美……你要像个大夫那样，他的车子出了问题，你要痛他之所痛才行。”

吉拉德将每一位客户都当做朋友来看待，他说：“客户可不是累赘，他们是我的衣食父母，是我的饭碗。我把所有客户的情况都建立了系统档案。我每个月要寄出 18000 张卡片，而且无论他们买我的车与否，只要与我有过接触，我都会让他们知道我始终记得他们。我寄卡片的所有出发点只有一个字：爱。世界 500 强中，许多公司都在采用我创造的这套客户服务系统。我的这些卡片与垃圾邮件不同，它们充满爱。我每天都在向客户发出爱的信息。”

只要成为客户信任的推销员，你就会赢得客户的喜爱与信任，而且能够与客户形成亲密的朋友关系。一旦形成这种亲密的关系，客户就会自然而然地购买你推销的产品。

推销员必须是充满爱心的人，你要爱你的客户、爱你所推销的产品，这样你才能得到客户的回报。如果你对客户及其周围的事物冷漠、无动于衷，那么你是不可能与客户成为朋友的，也不可能成为一个优秀的推销员。把你的客户当做一生一世的朋友，鼓励并且关心他们，使他们有一种满足感和成就感，这对你的推销工作有着不可估量的作用。

世界最大的连锁超市沃尔玛的经营宗旨之一是“天天平价”。创始人山姆·沃顿常常告诫他的员工：“我们珍视每一美元的价值，我们的存在是为顾客提供价值，这意味着除了提供优质的服务外，我们还必须为他们省钱。每当我们为顾客节约了一美元时，就使我们自己在竞争中抢占了先机。”

有一家跨国公司在某酒店举行会议，会议结束后剩下了大量的





搞定客户的7大制胜法宝

酒水饮料。酒店的销售部经理建议将这些酒水饮料作为福利分发给酒店的员工，市场部经理建议先入库保存，以备那家公司派人来取。然而，酒店总经理却作出了一个大家意想不到的决定：由酒店派车将这些物品为该公司送货上门。当该公司收到这些物品时，上至总经理，下至普通员工，无一不感到意外惊喜。公司总经理立刻表示，该公司今后所有的大型会议一律都到这家酒店举办。

真心诚意地对待你的客户，想他们之所想，关心他们之所关心，这是赢得信赖的敲门砖。信赖有如严寒冬日中的暖流，炎炎烈日中的清风，它能够扫除人与人之间的冷漠与隔阂。信赖在你的推销工作中是最宝贵的媒介。有了它，客户会对你不再设防；有了它，客户能坦诚地对你叙说他真正的需求。这样一来，剩余的问题就是客户和你如何共同尽最大的努力达成客户的需求了。有些推销员常常苦恼于与客户面对面时找不到合适的话题，他们非常羡慕那些能和客户愉快交谈的推销员们。其实，如果你能以你的真诚关心客户，你就一定能找出谈不完的话题。

关心不能仅仅是在口头上说“我真的想关心你”，而是要“付诸实际行动”。关心是“我知道客户想什么”；关心是“我知道客户的喜好”；关心是“我知道客户需要什么样的信息，我会设法将其提供给客户”；关心是“不管生意能否做成，我想和你成为好朋友”；关心是“对客户的问题表示真诚的关切，并设身处地地帮助他们解决这些问题”。

所有客户的心，都像上了重锁的大门，任凭再粗的铁棒也撬不开。因此你要表现得光明正大和充满诚意，不要通过一个又一个的问题问得客户喘不过气来，或是令他们觉得你的关心是虚情假意的。唯有真诚的关心，才能将你自己变成一把细腻的钥匙，进入顾客的心中，了解他们真正的需要。任何人都需要关心，都需要爱，如果你还没有养成关心你的客户的好习惯，那么就从今天开始吧，因为关心永远不嫌迟。

