

★全球顶级销售大师总结出的销售圣经★



XIANGXIAOSHOU DASHI
YIYANGZHANGKONGKEHU

销售大师 一样掌控客户

· 张扬 关明月 ◎编著 ·

金融危机下提升销售业绩的决胜秘笈

成交是销售过程中最关键的部分，抓住客户并取得他们的信任，
才是实现销售的要诀。



金城出版社
GOLD WALL PRESS

★全球顶级销售大师总结出的销售圣经★

像

XIANGXIAOSHOU DASHI
YIYANGZHANGKONGKEHU

销售大师 一样掌控客户

金融危机下提升销售业绩的决胜秘笈



金城出版社
GOLD WALL PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

像销售大师一样掌控客户 / 张扬, 关明月编著. - 北京:
金城出版社, 2010.4
ISBN 978-7-80251-364-8

I. ①像… II. ①张…②关… 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 046555 号

像销售大师一样掌控客户

作 者 张 扬 关明月
责任编辑 丁洪涛
开 本 680 毫米 × 980 毫米 1/16
印 张 15.5
字 数 150 千字
版 次 2010 年 6 月第 1 版 2010 年 6 月第 1 次印刷
印 刷 北京金瀑印刷有限责任公司
书 号 ISBN 978-7-80251-364-8
定 价 29.80 元

出版发行 **金城出版社** 北京市朝阳区和平街 11 区 37 号楼 邮编: 100013
发 行 部 (010)84254364
编 辑 部 (010)64210080
总 编 室 (010)64228516
网 址 <http://www.jccb.com.cn>
电子邮箱 jinchengchuban@163.com
法律顾问 陈鹰律师事务所 (010)64970501

前言

朋友，当你阅读本书时，你可以把本书当做人生指导书来读，你也可以把它当做销售圣经来读。

你可以把它奉为主臬，你可以从中吸取养料，你也可以从各位销售大师身上获得前进的动力。

既然如此，在这里，没有时空观念，你就不要惊叹这本书的逻辑关系与时空错乱。

同时，这本书绝对会让你受益匪浅。

每一位销售员内心都有自己崇拜的对象——原一平、乔·吉拉德、弗兰克·贝特格、汤姆·霍普金斯、布莱恩·崔西、柴田和子、戴夫·多索尔森、徐鹤宁、马里奥·欧霍文。

这些销售大师的经历以及业绩能告诉你什么？

原一平告诉你

微笑能感化你的客户，客户喜不喜欢你，会不会成为你的准客户，大部分情况下在刚开始见面的几秒钟就决定了，所以，**微笑**对于提升你的人气，增加客户对你的好感具有重要的作用。

乔·吉拉德告诉你

销售是一种情感的传递，若作为一名销售人员，没有工作激情，说话

没有感染力，怎么能说服客户呢？因此，你要想使客户喜欢你，并且在你的影响下如期在订单上签字，那么你得首先从自我做起，做一个有**激情**的人，这样你才能用你的激情去影响你的客户。

弗兰克·贝特格告诉你

口才才是销售员的一柄利剑。只有利剑才能刺破苍天。

好的**口才**就注定了销售员的**优势**，因为没有哪个哑巴能做成销售。抑扬顿挫的语言、不紧不慢的语速、铿锵有力的语气，不管哪方面你要想影响你的客户，让你的客户做出购买你的产品的决定，你就必须与客户去交流，如果词不达意的话，你的产品哪怕质量再好，再怎么对客户有用，客户也不会购买，因为客户从你的口中得不到关于产品的有用信息。

汤姆·霍普金斯告诉你

有时候你之所以不能成功，并不是你没有能力，也不是你没有机会，而是你缺少帮助你的人。这些帮助你的人就是你的人脉。

销售员吃的是**什么饭**？吃的就是**口才饭**和**人脉饭**。良好的人脉将会有利于你的销售，所以，身为推销员，你将要为你的人脉打下坚实的基础。

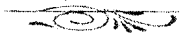
布莱恩·崔西告诉你

客户对于你来说，也许完全是一个陌生的人，这个站在你面前的陌生人却是你即将把产品卖出去的人。你怎样才能得知他需要什么样的产品或服务？你怎样才能得知这个人能接受一个怎样的价位？

要想知道这些，你就得**多问**。你只有知道的信息越多，你才能越好地掌控站在你面前的这个人。

柴田和子告诉你

销售就犹如两军对垒时的摆阵，也就是布局。在销售中，你只要布好了局，那么客户签单则是一件水到渠成的事。



因此，懂得**布局**的销售员必定是一位能做活自己销售工作的销售员。

戴夫·多索尔森告诉你

做销售，别人努力，你也努力，你顶多只能和别人差不多。

如果你只一味地仿效别人的做法，是不可能成为一流推销员的。

在这么多的销售人员中，你怎样才能脱颖而出？你怎样才能吸引客户的眼球？

是**创意**，创意让你成为一名与众不同的销售员。

徐鹤宁告诉你

销售要想成功，你就得马上**行动**。

梦想是方向，但当梦想只能挂在墙上的画里的时候，那就叫白日梦。

你要是想把这种梦想变为现实，那你就得行动。

没有行动的销售目标只是一种口号，口号是不能成为现实的。

没有行动的销售员永远也摘取不到金牌销售员的桂冠。

马里奥·欧霍文告诉你

面对客户，你真正了解坐在你面前的这个人吗？你真正知道他需要什么吗？你知道这个人为了他所需要的这些而愿意付出什么样的代价吗？这个人的生活状况究竟如何？他真正坐在你面前吗？或者他的心思还逗留在几分钟前发生的某件事情上？你如何快速取得他的信任，与他建立连接？或者说，你如何印证几分钟之前你演绎的关于这个人的背景资料，你如何知道你的故事是适合他的？所以，你只有**倾听**，你才能懂得这个人，你才能懂得这个人真正需要什么。

我们的梦想是成为一名销售大师，我们有自己的崇拜对象。

我们要像他们一样，在销售的战场叱咤风云。

我们要站立在销售的顶峰，还世界一个惊喜。

但是，我们也知道，这不容易。

因为销售之路是用血与泪铺就的。

但是，我们有火一样的激情，有山一样的刚毅，有不怕失败的勇气，有不怕遭受冷眼的胆识，更有把拒绝当做是一种享受的激情。

只要我们具备了微笑、激情、口才、人脉、多问、布局、创意、行动、倾听等特质，再加上我们的不懈努力。

我们相信，我们一定能成功。

冰心说：“成功的花，人们只惊慕她现时的明艳，然而当初她的芽儿，浸透了奋斗的泪泉，洒遍了牺牲的血雨。”

就让这首小诗作为我们的座右铭吧！

作者

2010年4月

目录

第一章 原一平：笑脸迎人，微笑是激活客户的密码

原一平小传	3
打好微笑这张牌，让客户对你产生好感	5
面对客户，笑脸可以融化一颗冷漠的心	8
拜访客户前，先做好笑的准备	11
幽默推销，客户也会爱上你	14
逗准客户笑，自己也跟着笑	16
以情动人，让客户笑着接受推销	19
用蒙娜丽莎式的微笑激起客户的好感	21
用带有“笑容”的声音征服客户	24

第二章 乔·吉拉德：注重细节，让客户和你做永久的生意

乔·吉拉德小传	31
诚为上策：真正的推销不是欺骗	34
250 定律：饱含激情地推销自己	36
诚恳服务：记住客户，客户也能记住你	38
充满热情：用爱心和尊重赢得潜在客户	41
巧妙引导：让客户不好推脱	44

等待时机：推销要懂得循序渐进	47
猎犬计划：老客户也是新的客户	50

第三章 弗兰克·贝特格：提升修养，学会“说话”生意自然来

弗兰克·贝特格小传	55
成功的销售源自巧妙地提问	58
套用“强盗逻辑”做营销，说得多不如问得多	62
事先弄清客户关心的事，让沟通畅通无阻	66
让事实为你说服客户	69
让“证人”为你说话，获得客户的信赖	72
开口之前先“听话”	74
连心法则：用激励让客户体会到优越感	77

第四章 汤姆·霍普金斯：丰富人脉，销售的网才能越撒越大

汤姆·霍普金斯小传	83
网撒得越宽网的鱼越多	85
多发展新客户，生意才会滚滚来	88
跟进法则：利用电话获取信息，不达目的不罢休	90
不要歧视任何一名潜在客户	92
向客户展示商品的缺陷，留住准客户	94
由客户延伸出客户链	97
步步为营：巧妙引导潜在客户转变成真正的客户	100

第五章 布莱恩·崔西：巧妙提问，教你如何“得寸进尺”

布莱恩·崔西小传	107
每天多问自己几个“为什么”	109
只有问才能懂得客户的真实需求	112
体验过后，问客户对产品的感觉	114
问兴趣爱好，拉近与客户的距离	117



问出客户与自己的共同点	121
售后不时地问，客户才认为你关注他	124
关心地问，问出客户对你的亲近感	126

第六章 柴田和子：懂得布局，做活自己的销售

柴田和子小传	133
关注银行：开发客户的宝地	136
关键人物：销售成功的关键	138
正面突破：“柳暗花明又一村”	140
进退从容：该放弃时就放弃，别将固执当坚持	143
据理力争：该理直气壮的时候绝不气短	146
服饰行销：营造独特的形象让客户记住你	148
讲究话术：让客户陷入自己的局中	152

第七章 戴夫·多索尔森：开动脑筋，用创意去赢取客户

戴夫·多索尔森小传	167
创新就是对产品的一种再包装	170
拒绝也能产生创意	172
用创意捕捉潜在客户	175
每次都有新创意	177
用创意的点子拿下客户	180
开场白也要有创意	182

第八章 徐鹤宁：敢于行动，成功都是拼出来的

徐鹤宁小传	187
行动一定要有目标	190
做别人不敢做的事	193
拥有行动力，开上法拉利	196
用行动突破不可能	199

用行动将梦想变成结果	201
只有行动，才能实现“我行”	204
行动才能获得你想要的东西	206
用行动维持自己的巅峰状态	208

第九章 马里奥·欧霍文：少说多听，从潜移默化中去影响客户

马里奥·欧霍文小传	213
倾听是你生命最重要的一堂营销课	215
魅力源于倾听	218
倾听就是一种尊重	220
倾听是对客户最好的恭维	223
沉默是一种哲学	226
客户多讲，才能听懂他们的真实需求	228
沉默与表达，良好的沟通	231

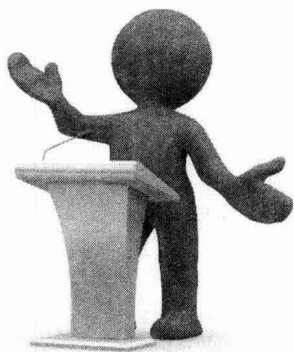
第一章

原一平：

笑脸迎人，微笑是激活客户的密码



日本有近百万的寿险从业人员，其中很多人不知道全日本寿险公司总经理的姓名，却没有一个人不认识原一平。他的一生充满传奇，从被乡里公认为无可救药的小太保，最后成为日本保险业连续 15 年全国业绩第一的“推销之神”；在他最穷的时候，连坐电车的钱都没有，可是最后，他成就了自己的事业，成为日本名声显赫的销售员。他的成功靠的是什么呢？就是微笑。



原一平小传

在日本业界，原一平是一个声名显赫的人物，被称为“推销之神”，在他36岁时，就已经成为美国百万圆桌协会成员，与美国的“推销大王”乔·吉拉德共同闻名于世。然而，这位传奇式的人物却偏偏其貌不扬，他只有1.45米，被人称为是“矮冬瓜”。并且由于家境的优越，从小就像个标准的小太保，叛逆顽劣的个性使他恶名昭彰而无法立足于家乡。23岁时，他离开长野到东京打天下。他的一生充满传奇，虽然经历了种种磨难，但原一平凭借自己的毅力最终成为了日本保险业连续15年全国业绩第一的“推销之神”，取得了一般人都难以企及的成就。原一平的成功经验无疑是一笔宝贵的财富，值得所有的推销人员学习与借鉴。

内心时刻燃着一把“永不服输”的火

从小衣食无忧的原一平，在23岁时离开了家乡到东京闯天下。他的第一份工作就是做推销，但是碰上了一个骗子，卷走保证金和会费就跑了。为此，使得原一平一度陷入困境之中。

1930年，原一平勉强进入了明治保险公司，当了一名“见习推销员”。没有办公桌，没有薪水，还常被老推销员当“听差”使唤。在最初成为推销员的7个月里，他连一分钱的保险也没拉到，当然也就拿不到分文的薪水。为了省钱，他只好上班不坐电车，中午不吃饭，晚上睡在公园的长凳上。然而，这一切并没有打垮原一平。他内心时刻燃着一把“永不服输”的火，鼓励着他愈挫愈勇。

他整日奔波，拼命工作，为了不使自己有丝毫的松懈，他经常对着镜子，大声对自己喊：“全世界独一无二的原一平，有超人的毅力和旺盛的斗志，所

有的落魄都是暂时的，我一定要成功，我一定会成功。”

虽然如此，他依旧精神抖擞，每天清晨 5 点起床从“家”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，我就投你的保好吧！”他终于签下了生命中的第一张保单。更令他惊喜的是，那位绅士是一家大酒店的老板，帮他介绍了不少业务。

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。公司同人顿时对他刮目相看，这时的成功让原一平泪流满面，他对自己说：“原一平，你干得好，你这个不吃中午饭，不坐公车，住公园的穷小子，干得好！”

“推销之神”

1936 年，原一平的推销业绩已经名列公司第一日本第二，并不因此满足，他仍然狂热工作，根本不愿意停下来。后来，他的太太埋怨他说：“以我们现在的储蓄已够终生享用，不愁吃穿，何必每日再这样劳累地工作呢？”

原一平却不以为然地回答：“这不是有没有饭吃的问题，而是我心中有一团火在燃烧着，这一团永不服输的火在身体内作怪的缘故。”

原一平 50 年的推销生涯，可以说是一连串的成功与挫折所构成的。他成功的背后，是用泪水和汗水写成的辛酸史。他用自己一生的实践书写了作为一个伟大的推销员、一个优秀的推销员应该具有的技巧。他要把这些技巧告诉每一个普通人、每一个即将走向成功的人。为此，他在全世界各地开展了连续不断的演讲，把自己的思想推广开来。

为了不断地提升自己，原一平会定期举行“原一平批评会”，并坚持多年，听取大家的意见，来检讨自我，改进自我。

在一次偶然的机会，原一平结识了吉田和尚，并被吉田和尚的教诲折服。从此之后，他坚持每星期去寺庙听吉田胜逞、伊藤道海法师讲禅，来提高自己的修养，反省自己，透视自己。

为了征服客户，赢得客户的信任，他对着镜子苦练微笑，并把微笑分为

38种。曾经在对付一个极其顽固的客人时，用了30种微笑，他的微笑被人们誉为“价值百万美金的笑”。

他有坚强的毅力和信念，为了赢得一个大客户，他曾经在3年8个月的时间里，登门拜访70次都扑空的情况下，最终锲而不舍获得成功。

在原一平奋斗史中，最受寿险推销人员推崇的是三恩主义：社恩、佛恩、客恩。在三恩主义的指导之下，原一平取得了伟大的成就。

推销是一条孤寂而寂寞的路，遭到的白眼和冷遇都远远超过其他行业，然而，独一无二的原一平用自己的汗水和勤奋、韧力和耐心走过了这条荆棘路，创造了世界奇迹，成为所有人为之敬佩的“推销之神”。这种精神，值得所有后来人学习和敬仰！

打好微笑这张牌，让客户对你产生好感

原一平语录：不管我认不认识，当我的眼睛一接触到人时，我会要我自己先对对方微笑。

笑可以让人看起来随和，可以使人喜欢你，所以，一流的销售人员都是经常面带微笑。有人曾经做过这样的调查，在同一个行业，同样大小的店面，销售同类的产品，并且货品的摆设都差不多，店内售货员的年龄、长相、穿着打扮也相差无几，但店内有笑脸相迎的售货员做销售，店面生意普遍较好。这也充分地说明了令人感到温暖而又愉快的笑容会带来明显的经济效益。

俗话说：“伸手不打笑脸人”、“人前一笑皆知已”，这正是微笑的魅力。更有一位著名的企业家说：“我宁愿雇一个有可爱笑容而连中学文凭都没有的女孩子，而不愿意雇一个板着脸陪审员的面孔的哲学博士。”向人微笑，正如同伸出友谊之手，具有令人感到难以拒绝的魅力。因为微笑不但可以化解客户的恐惧与陌生，还能增强亲和力，解除对方的抗拒，是销售人员的有力武器。

虽然各行各业都需要微笑服务，但做销售更是需要热情服务，冷若冰霜绝不可成为销售人员的表情；而若在销售中充分利用微笑，那么，微笑将会帮你传递和善，传递友好的信息，并成为你最具吸引力和魅力的肢体语言。因为，你的微笑，能够让你的客户产生愉快的心情；你的微笑，能够拉近你和客户的距离、改善你和客户的关系；你的微笑，能够让客户对你产生信赖。

如果销售人员想打好微笑这张王牌，就必须要对微笑进行研究，然后多加练习。一味地傻笑、苦笑以及无可奈何地笑，不仅无法博得客户的好感，还会起到不好的效果，让客户感觉你不够真诚，甚至是虚伪。因此，销售人员要将微笑当成一个重要的训练项目，在经过一定的训练之后，让笑容变得温和与美丽。

一家航空公司这样训练空中小姐微笑：用一张纸挡住自己下半张脸，只露出眼睛，对着镜子观察你是否能给对方微笑的感觉。多数人让别人感觉不到她在笑，因为她只是嘴巴机械地动一动，而她的眼睛和脸部其他的肌肉没有变化。俗话说“眉开眼笑，嘴角上翘”，眼睛是心灵的窗口，微笑最传神的也是眼睛，要让你的眼睛笑起来，这叫眼神笑。这种笑才是最有感染力和最传神的。分布在眼睛周围的肌肉只有在内心真正幸福时才有反应，使眼睛放出愉悦的光彩。这种微笑有着感人的力量，会让任何人都无法抗拒。

原一平，身材又瘦又小，横看竖看也看不出什么魅力。但他苦练笑容，并且获得了成功。

原一平总结说，微笑不但可以营造出温馨、亲切的气氛，有效地缩短双方的距离，还能给对方留下美好的心理感受，并且还能反映个人高超的素质修养及待人的至诚。微笑是一种魅力，它可以使强硬者变得温柔，使困难变得容易。他还认为，婴儿般天真无邪的笑容最具有魅力。为了达到最有魅力的效果，原一平花费了很长时间练习这种笑容，直到在镜中出现的笑容和婴儿的笑容相差不多时才罢休。他练习的步骤是：检查自己的笑容有多少种，列出各种笑容要表达的心情和意义，然后再对着镜子反复练习，直到镜中出现需要的笑容为止。

在练习笑的过程中，原一平还发现嘴唇的闭与合，眉毛的上扬与下垂，皱纹的伸与缩，这些表情的“笑”都可以表达出不同的含意，甚至双手的起落与