



乐知信达图书
解决实际问题
出自一流师资
助推企业成长

销售：SALE

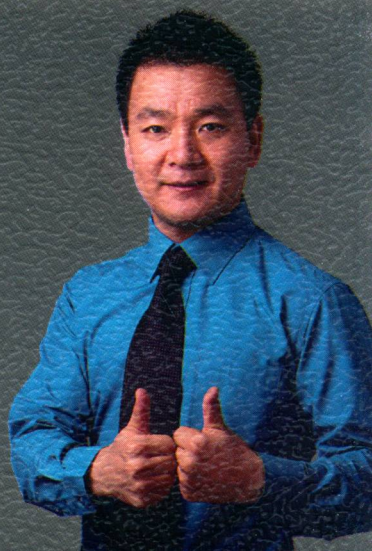
荆涛 著

设计对了

XIAOSHOU : SHEJI DUILE JIU CHENGJIAO

就成交

神奇话术 效率提升 最强技巧
助你快速抢单 塑造销售精英 打造成交易高手



F.713.3
201318

阅 览

销售：SALE

荆涛 著

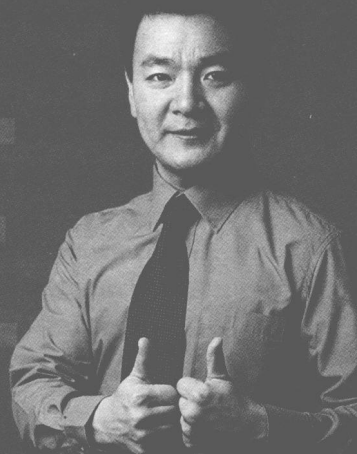
设计对了

XIAOSHOU : SHEJI DUILE JIU CHENGJIAO

就成交



SALE



中华工商联合出版社

图书在版编目(CIP)数据

销售:设计对了就成交 / 荆涛著. -- 北京: 中华
工商联合出版社, 2012.7

ISBN 978-7-5158-0278-7

I. ①销… II. ①荆… III. ①销售 - 通俗读物
IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第 168439 号

销售:设计对了就成交

作 者: 荆 涛

策划编辑: 刘 颖

责任编辑: 李 静

责任审读: 郭敬梅

责任印制: 訾 敬

出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷: 三河市航远印刷有限公司

版 次: 2012年8月第1版

印 次: 2012年8月第1次印刷

开 本: 710mm×1000mm 1/16

字 数: 110千字

印 张: 11

书 号: ISBN 978-7-5158-0278-7

定 价: 32.80元

服务热线: 010-58301130

销售热线: 010-58301408 010-58302813

地址邮编: 北京市西城区西环广场A座
19-20层, 100044

<http://www.chgslcbs.cn>

E-mail: cicap1202@sina.com(营销中心)

E-mail: gslzbs@sina.com(总编室)

工商联版图书

版权所有 侵权必究

凡本社图书出现印装质量问
题, 请与印务部联系。

联系电话: 010-58301408

自序

PREFACE

《销售：设计对了就成交》终于跟大家见面了，我感到非常欣慰。我是地地道道的销售员出身，刚入行时，连底薪都没有，经过数年努力，总算做出了一点成绩。多年的销售生涯中，我经历了不少挫折，也收获了不少经验，在销售心态、技巧等方面都有一些自己的看法，一直都非常希望有机会跟广大同行们分享。

对于销售，我始终认为，一切技巧、系统，都是可以复制的，也就是说，销售过程是可以设计的，只要按照正确的方法去设计、操作和完善，每个销售员都可以取得业绩上的突破，就像书名说的一样：设计对了就成交！

全书分为三大篇，第一篇讲销售心态与销售信念，教销售人员如何摆正心态、端正信念；第二篇讲销售技术，从销售准备、说话技巧到成交方略，内容非常全面；第三篇讲效率提升，从如何实现“转介绍”说到如何策划成功的会议营销，分析得十分详细。

从前读《庄子》，我对一则寓言印象非常深刻，说是有个叫朱评漫的人，为了学到一门绝学，拜了一个叫支离益的人为师，三年的时间里，散尽千金家财，掌握了“屠龙术”的精髓。之后，朱

评漫回到家乡，在父老乡亲面前得意地演示屠龙术，何时按住龙的头、何时斩断龙的尾，他形容得绘声绘色，表演时的动作也称得上优美。然而，在围观的众人中，一位老伯突然问他：“你的技艺学得真不错，不过，你到哪儿去找龙呢？”朱评漫瞬间愣住了，是啊！世上并无龙，学了屠龙术有何用处呢？

之所以提到这则寓言，是因为我想说明一点——我绝不会写一本传授“屠龙术”的理论书，令读者读的时候点头称是，可到了销售实践中，就是派不上用场。本书中，无论分析还是案例，我都本着实用的原则，完全是站在实战、全局的高度上，手把手地传授自己的经验，教销售人员设计销售的过程。

为了切实说明问题，我还在书中“贡献”出了自己的许多真实经历，希望能对读者有所帮助。我相信，如果你是认真地看待这项工作、从事这个行业，书中的知识一定会帮助你突破自身局限，塑造出积极的心态，锻炼出纯熟的技巧，设计出无懈可击的销售过程，最终实现销售业绩质的提升。

荆 涛

2012年8月

前言

PREFACE

19世纪末20世纪初，意大利经济学家巴莱多提出了著名的巴莱多定律，俗称“二八定律”。其内容概括来说，就是任何一组东西，只有20%是主要的，其余80%尽管占了多数，却是次要的。比如说，全世界80%的财富集中在20%的人手里，一个公司80%的收益来源于20%的客户，20%的品牌占有80%的市场份额……

对于销售人员来说，“二八定律”同样适用，也就是说，公司80%的销售业绩，是由20%的销售人员创造的。而如果你不在这20%的销售人员之列，不见得是因为你实力不济、资质平庸，通常都是因为你在心态、技巧等方面不那么理想。

成功的销售人需要良好的心态、熟练的技巧、完善的系统，这是毋庸置疑的。然而你一定没有听说过，这一切都是可以复制、可以设计的。也就是说，销售的前期准备是可以设计的，话术是可以设计的，方法是可以设计的……总之，能为成交服务的一切都是可以设计的。而本书的核心思想就是告诉销售人员如何设计、如何复制销售技巧以及流程系统。

因此，作为一个销售员，如果你对自己的业绩不满意，你完

全可以通过阅读本书，设计并完善自己的销售技巧，最终跻身公司20%，甚至10%、1%的销售精英之列，成为所向披靡的成交高手。

就内容而言，全书分三大篇。

第一篇从心态和信念两个方面，建议销售人员树立目标、鼓起勇气、坚持不懈，直至到达成功的巅峰。对于一个销售人员来说，不管你现在业绩如何，不管客户如何地抗拒你，不管你遇到了多少挫折，这些都不重要。重要的是，你有坚定的目标、百折不挠的勇气、锲而不舍的精神——这些难能可贵的品质一定会引导你最终到达成功的彼岸。此时，如果你恰好正在销售的路上灰心、彷徨，书中详实的阐述和真实的案例一定能帮助你端正心态，拿出信心渡过难关。

第二篇从销售准备、话术应用、成交绝技等方面全面阐释销售技巧。里面提到的卖点提炼、产品介绍、提问方式等许多问题，市场上一些同类书籍也或多或少地涉及过。本书与之最大的区别就是，提及某个问题时，会充分地挖掘、探究下去，给读者指出可操作、可执行的办法，而不只是简单地举例子、讲道理。比如讲到卖点提炼时，不仅仅分析它的重要性，而且具体地指出了从“关键词、关键数据、关键故事、关键案例”四个方面提炼卖点的方法，在指导性方面，可以说是做到了无懈可击。

再比如，很多人都说“销售就靠一张嘴”，尽管观点有些片面，但也道出了话术在销售过程中的重要性。而本篇的重点之一就是讲解、设计话术，对于“开放式提问”和“封闭式提问”这样的重点问题，不仅详述其定义，而且更多地通过真实、详细的案例教读者如何问、问什么，甚至精确到了在哪个环节问哪句话。至于

“假设成交法”、“富兰克林成交法”、“锐角成交法”等众多方法，更是经过实战检验的成交绝招。

第三篇从提高效率的角度讲述业绩提升之道。如果说前两篇内容可以帮助目前心态不积极、业绩不理想的销售人员找到自信，提高、稳定业绩，那么第三篇则能让你在稳定的基础上更进一步，从而成为真正的销售精英。本篇的重点之一是“转介绍”，相关的内容在同类书籍中也偶有提及，但作为提升业绩的重要方法，很多书籍的讲解都不够深入，与这些书籍相比较，本书第一次把“转介绍”作为一个系统来阐述，从“如何要求客户为自己转介绍”到“怎样解除客户转介绍的顾虑”，从“让同行为自己转介绍”到“技巧性地让陌生人帮自己转介绍”，都有深刻的见解和具体的指导。

誉满全球的销售大师博恩·崔西说过：“在关键领域，能力的细微差别会产生截然不同的结果……你的销售技能只要提高一点点，就能促使业绩大大提高。”表面上看，销售只是一门职业，成交是它的最终目的。然而，当你通览本书，在作者的带领下，全面而系统地了解了销售的过程和各个环节的内涵，掌握了设计销售技巧和复制成交过程的精髓，你就会发现，销售其实也是一门艺术。如果你的技能提高一点点，你的业绩便可今非昔比；如果你的技能炉火纯青，那么你将成为最精通销售艺术的成交高手。

目 录

CONTENTS

自 序 / 1

前 言 / 3

信念篇

想成交客户，先成交自己

| 第一章 | 心态向上，业绩才会向上 002

你是为收入工作，还是为事业工作 / 003

好运气靠努力，主动出击才有收获 / 006

做好被拒绝1800次的心理准备 / 008

发自内心地热爱你的产品 / 012

你不是卖东西，而是帮客户买东西 / 014

| 第二章 | 信念无敌，能量才会无敌 017

每天对自己说“我喜欢我自己” / 017

相信自己才能销售自己 / 020

战胜怯场——怕什么就干什么 / 024

没有目标的人不可能变得卓越 / 027

就算有一百个理由，也不能放弃 / 031

技术篇

成交“必杀技”助你无悬念成交

| 第三章 | 准备充分、成交一半之“硬件”要备齐 038

设计让客户翻一遍就买单的展业手册 / 039

设计流程图，预知下一步怎么办 / 041

设计好着装与形象，体现你的专业能力 / 042

设计好销售人员的第二张脸——名片 / 046

| 第四章 | 准备充分、成交一半之“软件”要给力 049

熟悉产品知识，做产品专家 / 050

对客户分析一定要做足 / 054

真正找准客户的需求点 / 056

卖点中要有打动客户的案例和故事 / 059

别把“卖点”等同于“买点” / 064

掌握开放式提问的技巧 / 066

把握封闭式提问的窍门 / 071

设计适合自己的完美提问话术 / 075

让话术的使用成为条件反射 / 079

设计巧妙的开场，让客户有兴趣跟你谈 / 084

介绍产品时，别做“产品讲解员” / 086

谈话过程中，用耳朵好过用嘴巴 / 089

客户情绪不高时，可以先不推销 / 092

设计好沟通时的动作、眼神等 / 096

己所不欲，勿施于人——别对你的客户说谎 / 100

解除客户抗拒时，别站在客户的对立面 / 103

反问法——不能满足他的要求就反问他 / 112

假设成交法——没成交时当成交 / 113

暗示情况紧急法——只有此刻签单，他才能得到实惠 / 114

三句话成交法——提三个问题就让他买单 / 114

下决定成交法——客户难以决定，你帮他决定 / 115

吹捧成交法——告诉客户“你买得起” / 115

富兰克林成交法——用产品优势说服他 / 116

多选一成交法——给客户提供选择 / 117

从众成交法——让顾客说服顾客 / 117

锐角成交法——把客户的反对意见转换成买单的理由 / 118

深入挖掘已成交客户的潜在需求 / 120

投诉中也有机会——乐观面对投诉 / 123

效率篇

业绩稳定了，如何再突破

| 第八章 | 转介绍之道 ——把客户、同行都变成你的编外销售人员 128

只要名单的转介绍不叫转介绍 / 129

怎样解除客户转介绍的顾虑 / 132

设计一整套转介绍的工具 / 135

炽热名单、温和名单、冰冷名单依次拜访 / 137

与业务不同的同行互相转介绍 / 140

如何让陌生人为你转介绍 / 142

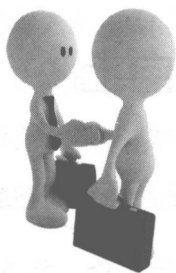
| 第九章 | 不满足于固定的系统和流程，设计与与时俱进的策略 145

多角度节约时间，一天创造数天的业绩 / 145

全方位整合资源，敏锐分辨谁有你的目标客户 / 151

策划成功的会议营销，制造销售热潮 / 155

后 记 / 160



信念篇：

想成交客户，先成交自己

当今社会，由于产品同质化严重，多数产品的研发及制造技术臻于完善，卖方市场基本趋于成熟，硬碰硬的低价、品牌因素随处可见，这就给销售行业的从业者带来了很大压力。其实，这种情况既是压力也是挑战，抗压性强的销售人员把压力转化为动力，成功地收获了业绩和荣誉；抗压性弱的，只能被挫败感牵着走，最后心力交瘁，甚至被迫退出这个行业。

根据我入行多年的经验和体会，我认为，所有的业务精英们几乎无一例外地具备积极而健康的心态，以及不达目的不罢休的信念。由此我得出了这样一个结论：销售就是在拼心态、拼信念。制约销售人员成功的因素，比如产品的品牌、质量、价格等都很重要，再如销售人员的形象、技巧、话术也很重要，但这些都不是最重要的。心态和信念才是真正的关键所在，因为这两者决定了销售人员是客户面前的表现，而这种表现往往是客户购买与否的最重要依据。

因此，销售人员一定要认识到心态和信念的重要性。今天，就算你刚刚入行，没有丰富的产品知识、成熟的人脉关系、娴熟的销售技巧，也不要紧，只要你保持正确的心态，具备强大的信念，对销售行业有正确的认识，以此为基础去扩充知识和人脉，去练习技巧，你将来一样有大把的成功机会。

心态向上，业绩才会向上

从事销售行业是一种很大的挑战，要跟同行竞争，要与客户斗法，可以说是困难丛生。在这种情况下，要想避免中途黯然退场，努力做出一番成绩，首先就要对销售这一行业有正确的认识，并且用积极、阳光的心态投入到自己的工作中去。须知，如今不是搞质量战、价格战的年代，销售人员必须从这些因素以外，找到开启客户心门的钥匙，只有心态正确，你才能心甘情愿地为此投入全部的热情，才能达到最终的目的。

因此，当你的收入状况暂时不那么理想时，告诉自己，你是为了神圣的事业而工作，不是为了眼前一份工资；当同事成为销售冠军时，告诉自己，不必眼红，他的成就是靠努力得来的，你比他更努力，今后就会比他更成功；当客户抗拒你的时候，告诉自己，没关系，这个不买，下一个会买……总之，当眼前发生的事情跟自己想象的有出入，甚至使自己大受打击的时候，告诉自己，没关系，游戏——才刚刚开始。

► 你是为收入工作，还是为事业工作

销售人员的日常工作，就是把各个种类的产品推销给客户。有时候，你卖的产品恰好是自己喜欢的，有时候则不见得是自己喜欢的。那么，当你推销一个你不喜欢的产品时，你是否相信自己对客户所说的话？你接受了你自己的观念吗？你愿不愿意用你所推荐的产品？

如果你卖的是杯子，这个杯子你现在在用吗？如果卖的是保健品，这个保健品你吃过吗？如果你都没有用自己卖的杯子，没有吃自己卖的保健品，这就证明你并不欣赏自己所卖的产品，那你怎么可能卖得好呢？

表面上看，这只是杯子和保健品的问题，实质上牵涉到的却是收入和事业的问题，具体来说就是，你是为了一份收入而工作，还是为了一份事业而工作？这两者区别很大。

如果仅仅是为了收入工作，你在工作时，所有的想法、行为、重点，可能全都盯在收入上，那么在你眼中，你所卖的产品存在的价值，就是为你换来直接的利益。在这种情况下，你就很难发自内心地欣赏它，很难愿意以一定的支出体验它，这直接导致的结果就是你对自己的产品认识和了解都不够深入，如此一来，你怎么能把它更好地推销给客户呢？

如果你是为了事业而工作，内心就会有一种神圣感。为了把事情做得更好，你就会愿意以一定的支出使用它、体验它，所谓“实践了才有发言权”，等亲自体验以后，你卖产品时所传递的能量，



你的语言、语气、表情、状态、信心，就会传递给客户，并且影响到客户。或许你卖产品的技巧并没有那么好，可是客户却能感受到你的敬业、热情和能量。就好比 we 打电话，面前放一面镜子，脸上始终保持着笑容，电话线另一端的客户看不见你，但是一定能感受到你的笑容。

有很多学员都问过我：“老师，我也想把销售当成事业来做，可是这个行业太没保障了，有几个月收入还行，能有两三万、四五万，有几个月就很惨，低到两三千——收入这么不稳定，还谈什么事业呢？”

其实，稳定固然很重要，但是比稳定更重要的是个人的能力。公司再有能力，不能保障你一辈子。美国有家公司叫雷曼兄弟，成立了100多年，是全球性多元化的投资银行，2000年被《商业周刊》评为最佳投资银行，2002年被《国际融资评论》评为最佳投资银行，结果在2008年的金融危机中，说破产就破产了。

按照哲学观点，有开始必有结束。别说公司，国家也是一样。比如冰岛，原来是一个高速发展的发达国家，2007年人类发展指数世界排名第一，而现在竟然面临着“国家破产”的危机。

可见，只有自身具备了一种能力，才是真正的稳定和保障。对于销售人员来说，如果掌握了销售的技巧和能力，你就能够在任何时间、任何地点，把任何东西卖给任何人。不管发生什么，只要手里有产品，你就能换来钱，就能生存下去，这一点不是人人都能做到的吧？说只有极少数人才能做得到，也不为过。

现在再来说说，公司中，一般什么岗位比较稳定呢？应该是行政岗位，或者内勤岗位。哪个岗位挨骂最多呢？很多情况下是销售

总监，或者是销售岗位上的前几名，可是赚钱最多的依然是这些岗位。换句话说，正是因为销售这个岗位收入不稳定，销售人员才可能挑战公司最高的月薪、年薪，才获得了更多高收入的机会。

大约十几年前，我在上海上班，在五星级写字楼里办公。我记得非常清楚，那时候我们的前台月工资是2200元，还要会英文，作为前台，形象也要说得过去，穿得也不能太差。可是10年之后，还是在上海，一家很有名的报纸作了一次调研：在上海四星级或五星级的写字楼当中，一般的文员和行政人员工资都涨了。涨到了多少呢？3000。没错，10年前2200，10年之后变成了3000。更夸张的是什么呢？有些文员的工资不仅没有涨，反而降了，降到了1500~1800！

为什么这些人的工资不升反降？理由很简单，人多。现在大学生越来越多，毕业生就业压力越来越大。找工作的时候，稳定就成了他们最看重的因素。你去招聘市场一看，有个地方排队，排着3个人，那是招销售的；有个地方排队，排着30个人，那是招行政的。这种情况下，行政人员的收入肯定很难升得上去。

因此，作为销售人员，不要盯着稳定的收入。十几年前的上海，大部分销售人员连底薪都没有，我就是在一个没有底薪的公司，从最底层的销售人员一步步成长起来，最后坐到了销售冠军的位子上。现在市场的竞争虽然更加激烈，对于销售人员来说，却也意味着更多的机会。你只要把当前的困境视为一种经历、一笔财富，把每一个阶段的努力以及卖出每一件产品都当成是在为自己的