

一线承两端，  
细节定成败

# 电话销售 细节全书

凡禹  
柳珍◎编著

这里将告知你切实提高操作水平的有效渠道  
这里将告知你迅速点燃业绩的正确途径  
这里将告知你取得大额订单、享受成功人生的必由之路



TELEPHONE SALES



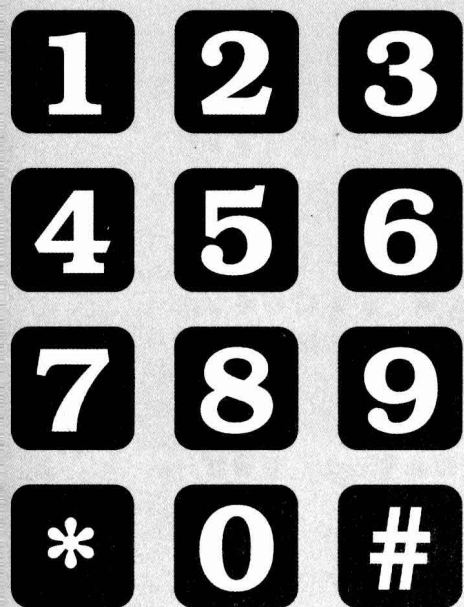
电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>

一线承两端，  
细节定成败

# 电话销售 细节全书

凡禹 柳珍◎编著

这里将告知你切实提高自己操作水平的有效渠道  
这里将告知你迅速点燃自己业绩的正确途径  
这里将告知你取得大额订单、享受成功人生的必由之路



電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

无数成功销售精英的经历告诉我们,良好的电话销售功底对销售工作的成败产生决定性的影响。电话销售的成功在很大程度上可以归结为销售员对电话销售技能的合理运用与发挥。

本书总结了众多优秀电话销售人员的工作方法与经验,对成千上万奋战在一线的电话销售人员在工作中最有可能遇到的各种销售问题进行了全面盘点。它巧妙地将电话销售理论、方法与情景训练、案例分析融为一体,希望广大电话销售人员通过阅读本书,能够切实提高技能水平,迅速提升自己的业绩,用完美的结果去温暖人生。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有,侵权必究。

### 图书在版编目(CIP)数据

电话销售细节全书/凡禹,柳珍编著.—北京:电子工业出版社,2011.10

ISBN 978-7-121-14526-1

I. ①电… II. ①凡… ②柳… III. ①销售-方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第180650号

责任编辑:周宏敏 文字编辑:韩蕾

印刷:河北固安保利达印务有限公司

装订:河北固安保利达印务有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编100036

开本:787×1092 1/16 印张:20.5 字数:492千字

印次:2012年7月第3次印刷

定 价:29.80元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zllts@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

# 前言

几乎每一个从事销售工作的人，都会碰到以下的对话场景：

“喂？”

“您好，嗯，我是XX公司的。嗯，有一件事，不知道你是否能帮我一下，我想找一下你们主管。就是说我们公司给……”

“你找谁呀？”

“我我……是这样，我们公司又最新推出了……知道吧，就是一种优惠活动，就是……（很长时间的停顿）你在其他公司花一笔钱买同样的产品，在我们公司只花一半就行……嗯……”

“你找谁呀？”

“我……是这样……”

其实，这通电话销售的失败，并不是因为不能进行电话销售，而是销售员没有经过最基本的电话销售训练。因为电话销售技巧的不娴熟，遭受拒绝已成为广大销售员的“心病”，如果电话销售能力一直没有得到提升，就会造成严重的职业障碍，构成不良的心理暗示，这种挫败的悲观情绪就像空气中的细菌一样，若不被及时清除，会四处弥漫，给个人和集体带来不良影响。

也许某一天，你会坐在办公桌前，看着摆在桌子上的电话出神。你想给一个大客户推销公司新的产品，却为此犹豫不决。你几次把手伸向了电话，又恐惧得缩了回来。经过多次这样的反复，到现在你还没有下定决心。眼看着自己逐渐形成怯懦、畏缩的心态，不敢面对客户，乃至不敢面对工作中的其他问题，最终变得庸庸碌碌。在这样的情况下，我们是时候改变自己了。

相对于挫败者来说，无数成功的销售精英的经历告诉我们，良好的电话销售功底对销售工作的成败产生决定性的影响。电话销售的成功在很大程度上可以归结为销售员对电话销售技能的合理运用与发挥。

因此，电话销售不仅需要精明的头脑，更需要综合的素质养成。越来越多的人已经认识到电话销售作为一种销售模式的重要性，同时对提高电话沟通技巧、学习电话销售的基本方法，全景式演习电话销售的场景运用策略，有着迫切的现实需求。对此，我们看看销售大师们的理解：

推销的要点不是推销商品，而是推销自己。——(美) 乔·吉拉德

不要过度承诺，但要超值交付。——(美) 戴尔

绝口不提“不景气”这句话。——(日) 藤田田

销售专业中最重要的字就是“问”。——(美) 布莱恩·崔西

最明智的做法是推销员让客户多讲，自己少说，这样，客户就会觉得自己是被重视的，他就能对你敞开心胸。客户说得越多，你就能从中捕捉到更多对你有利的信息。——(德) 马里奥·欧霍文

挠到客户的痒处，你就有成交的希望。——(美) 乔·吉拉德

市场是没有边界的，只要产品对，推销有术，产品自然能够出手。——(日) 盛田昭夫



只有消费者看中了商品的价值，销售才能实现。——(日) 盛田昭夫

许多推销员介绍商品和说服客户都做得不错，却不会辨识应当停止谈话的关键时刻。如果我注意到我的顾客开始烦躁不安、看手表、朝窗外望，或者把桌上的报纸推来推去，我就立刻停止交谈，并要求他们订货。——(美) 雷蒙·克罗克

“是的，可是……”是推销中最常遇到的杀手，然后争论开始了，这对推销绝对是不利的。如果有两个人在争论，那么推销员永远不应该是其中之一。——(美) 托马斯·沃森

推销是一个你不能只投入一半的心思却希望获得成功的职业。在推销中遭受失败的，多半是那些抱着“试试看”、在找到别的工作之前先随便干几个星期或几个月的人。——(美) 托马斯·沃森

我总是站在顾客的角度看待即将推出的产品或服务，因为我就是顾客。我就像一个厨师，喜欢品尝食物。如果不好吃，我就不要它。——(美) 查尔斯·斯瓦布

可见，电话销售不只是口才艺术的简单运用。一个成功的电话销售精英，一定是精通人性、心理学、营销方式、人际关系法则、沟通技巧，具有较强实践经验的人才。如何通过有效的渠道，迅速地提高自己的业务素质，是改变人生轨迹、提升幸福指数的重要保障。

基于此，本书总结了众多优秀电话销售人员的工作方法与经验，对成千上万奋战在一线的电话销售人员在工作中最有可能遇到的各种销售问题进行了全面的盘点。书中内容涵盖电话销售工作的方方面面，包括基本素养修炼、心理学知识、博弈营销知识、左右脑运用销售技法、销售口才提升、九型人格销售运用、心理学定律运用等。另外，本书重在提炼实战经验，并设置了电话销售的全部流程，进行了系统的论述和演练。其中包括前期准备、客户心理分析、开场白技巧、第一次电话拜访的注意事项、产品推介技巧、促成交易技巧、异议处理技巧、电话接听技巧、谈判技巧、客户跟进技巧等。本书巧妙地将电话销售理论、方法与情景训练、案例分析融为一体，希望广大电话销售人员通过阅读本书，能够切实提高技能水平，迅速提升自己的业绩，用完美的结果去温暖人生。

本书可作为电话销售新人的入门培训用书，同时适合电话销售一线的销售人员、开展销售业务的呼叫中心坐席员、销售管理者、培训师等使用，也可作为沟通培训的教材及服务性企业的内训教材。

由于时间仓促，如有不足之处，请大家指正。我们一定不断提升，以飨广大读者。

编著者  
2011年3月

## 上卷 优秀是这样炼成的

---



### 素养篇

第一章	塑造良好的阳光销售心态 .....	3
	播撒爱心，让客户感受到你的善良 .....	3
	热情是点燃成功的那一簇小火苗 .....	4
	在销售挫折中反省 .....	5
	控制情绪，用微笑感染客户 .....	6
	屡败屡战，勇气是通往成功的跑道 .....	7
	要当销售员，必须得自信 .....	7
	用谦卑的心态赢得客户 .....	8
第二章	快速提升你的职业素质 .....	10
	销售欲望：是想要，还是一定要 .....	10
	恒心是胜利法门：坚持到“最后一刻” .....	11
	即使局面不利，也要争取成功销售 .....	12
	对待大客户低三下四，赔了面子又丢单子 .....	13
	诋毁竞争对手，弄巧成拙自讨苦吃 .....	14
	不善于自我反省，屡错屡犯原地踏步 .....	15
	避免在公司内打私人电话 .....	16
	每天都要保持足够的电话量 .....	17
	具备相应的专业知识 .....	18



### 心理篇

第三章	诚心：让你变为客户的朋友 .....	21
	引导客户了解市场，消除“奸商”评价 .....	21
	对态度不好的客户采取迂回战术 .....	21
	用“垫子”法解答客户挑衅性追问 .....	22
	用对比和感性关怀化解客户心里的疙瘩 .....	23
	真诚如春风化雨 .....	24



<b>第四章</b>	<b>猜心：洞悉“上帝”都在想什么</b> .....	26
	客户都希望自己的意见能得到尊重 .....	26
	顾客只关注自己的利益 .....	27
	客户喜欢低价，更爱免费 .....	28
	善于揣摩客户的心思 .....	29
	不懂换位思考，死缠烂打令人厌烦 .....	29
<b>第五章</b>	<b>洞察：细节里窥见客户的心理动向</b> .....	31
	在对话中判断对方性格 .....	31
	洞穿客户的隐含期望 .....	32
	“大家都在使用我们产品”的重要性 .....	33
	重视客户的点滴抱怨 .....	34
	要满足客户的优越感 .....	34
<b>第六章</b>	<b>捕捉：抓住客户若隐若现的下意识</b> .....	36
	先承认顾客的说法，再趁他放松警惕的时候进行说服 .....	36
	让客户自己说服自己 .....	37
	顺着客户的思维满足他的需求 .....	38



## 口才篇

<b>第七章</b>	<b>隐藏在问话里的销售密码</b> .....	41
	用技巧让客户说“是” .....	41
	突破外围防线，破解客户的真实需求 .....	42
	好的提问带来好的销售成果 .....	43
	不要问事先不知道答案的问题 .....	45
	技巧提问胜于一味讲述 .....	46
	投石问路，发现客户的兴奋点 .....	48
<b>第八章</b>	<b>赞美，让销售顺畅起来</b> .....	50
	送给客户一顶“高帽子” .....	50
	用赞美获得客户的好感和信任 .....	51
	赞美要恰到好处 .....	53
<b>第九章</b>	<b>在客户面前保持幽默感</b> .....	55
	什么都可以少，唯独幽默不能少 .....	55
	用幽默的语言接近客户 .....	56
	交流中善于运用幽默 .....	57
	掌握幽默的口才技巧 .....	58



<b>第十章</b>	<b>有时候做听众效果更佳</b> .....	60
	不要成为客户耳边聒噪的乌鸦 .....	60
	销售中耳朵胜于嘴巴 .....	61
	喋喋不休会招人反感 .....	62
	交流才能交易 .....	63
	学会聆听便是赞美 .....	64
<b>第十一章</b>	<b>说服就是催眠术</b> .....	66
	全面催眠包围客户，让其立即购买 .....	66
	多次接触增进亲密感 .....	67
	制造悬念，吊一吊买家的胃口 .....	68
	利用“剧场效应”，将消费者带入剧情之中 .....	69
	给客户一幅成交的画面，让他联想到成交的好处 .....	70
	虚拟未来事件，让客户进入海市蜃楼一般的幻境 .....	71
<b>第十二章</b>	<b>小心销售中的话术地雷</b> .....	74
	“真的吗”该被列为销售禁语 .....	74
	“都是为你好”是另一种强迫推销 .....	75
	“怎么可能……”会让客户觉得无路可退 .....	75
	频繁的“你懂吗”会让客户感到厌烦 .....	76
	怀疑客户的话绝不能轻易说出口 .....	77



## 博弈篇

<b>第十三章</b>	<b>左右脑博弈，用你的全脑智慧赢取订单</b> .....	80
	左脑居上，客户真正需要的是价值 .....	80
	让事实说话，全脑出击扭转销售局面 .....	81
	左右脑灵活应对，让客户重新衡量成本与收益 .....	82
	先左后右，让顾客由“拒绝”变成“接受” .....	83
	右脑为主，左脑为辅，用肯定的方式征服客户 .....	84
<b>第十四章</b>	<b>智慧博弈，攀上销售的顶峰</b> .....	85
	酒吧博弈，成功不走寻常路 .....	85
	重复博弈，销售要讲诚信 .....	85
	信息博弈，销售的基本功 .....	86
	智猪博弈，借势成功 .....	87
<b>第十五章</b>	<b>做“博弈”达人，让客户埋单时有赢的感觉</b> .....	89
	没有卖不出去的东西——有需求的地方就有销售 .....	89
	抓住客户的感性软肋，点燃购买欲望 .....	90





找准客户效用 .....	91
卖的就是“稀缺” .....	91
把握客户之间的微妙心理博弈 .....	92

## 伍

### 大客户篇

<b>第十六章 制定大客户发展战略 .....</b>	<b>95</b>
“二八法则”：关注给你高回报的人 .....	95
谁真正的大客户 .....	96
利用客户的人脉，开发大客户 .....	96
时时转换策略，抓紧大客户 .....	97
先了解大客户，再做行动方案 .....	98
<b>第十七章 找到你的新客户 .....</b>	<b>100</b>
利用满意客户群 .....	100
连锁介绍法 .....	101
利用互联网开发客户 .....	102
从专业报纸杂志上获取客户名录 .....	103
寻找电话那一端的客户 .....	104
有人推荐，销售会顺利很多 .....	105
<b>第十八章 放短线钓大鱼的艺术 .....</b>	<b>106</b>
把“看门人”变成“开门人” .....	106
“先入为主”，用小订单开启大订单 .....	107
有的放矢，找到订单决策者 .....	108
将以自我为中心的销售方式转变为以客户为中心 .....	108
为客户创造需求 .....	109
<b>第十九章 大客户开发细节管理 .....</b>	<b>110</b>
和客户保持联系，重视定期沟通 .....	110
记录障碍，然后解决它 .....	111
激发客户的自主意识 .....	112
把潜在客户变为真正客户 .....	113



# 下卷 电话销售场景应用实战

---



## 前期预演篇

第一章	做足九个步骤，就可以拿起电话 .....	117
	寻找最佳方法掌握客户资料 .....	117
	给重要的号码做好分类，提高工作效能 .....	119
	忘记对方名字就意味着不重视对方 .....	120
	电话之前，资料先行 .....	122
	没有目标的电话沟通事倍功半 .....	123
	声调能体现你的精神风貌 .....	124
	用心备好产品的所有介绍信息 .....	125
	准备赢得一切 .....	126
	销售精英都是善做备忘录的高手 .....	128
第二章	迅速调整到临战状态 .....	130
	做好被客户拒绝或是被对方冷漠相待的心理预期 .....	130
	迈出第一步，就意味着成功了一半 .....	131
	给自己良好的心理暗示 .....	132
	唯一的拒绝是你脑海里的恐惧 .....	133
	体贴对方的心，为对方设身处地地想 .....	134
	电话接打的质量完全在于你的态度 .....	135
	和同事聊天时，把心情调适好再去接电话 .....	137
	不动笔墨不连线 .....	138
	铃响10次不算久 .....	139
第三章	电话礼仪九方略 .....	141
	打电话要单刀直入，干脆利落 .....	141
	接听是否及时，反映了一个人待人接物的真实态度 .....	142
	商务用语体现的是专业形象 .....	143
	将微笑进行到底 .....	144
	在不恰当的时间打电话是很失礼的 .....	145
	通话中有客人来访时，应该力求谈话简洁 .....	147
	断线应马上重拨并致歉是一个重要礼仪 .....	147
	把想得到的信息一次问明白 .....	148
	不要挂上电话，就对客户指责不休 .....	149



贰

## 牛刀小试篇

<b>第四章</b>	<b>通关高手：巧妙突破秘书关</b> .....	152
	有时不必一味地放低姿态 .....	152
	适当的沉默会给对方一种不容怀疑的印象 .....	153
	巧妙利用“回电”找准要找的人 .....	154
	用积极的话语感染他人 .....	155
	给对方一个善意的误导 .....	156
	用不明朗的言语提高信任度 .....	157
	用自信的语气让对方觉得你重要 .....	158
	先发三条短信，再拿起电话 .....	159
	用情感沟通方式获得接线员认可 .....	160
	把秘书当成重要人物去交往 .....	161
<b>第五章</b>	<b>开场引力：给客户过目不忘的开场白</b> .....	163
	用NLP模式迅速增加亲和力 .....	163
	提供价值是最好的吸引力法则 .....	164
	用最简洁的话把情况介绍清楚 .....	166
	找个“中介”搭建信任的“桥梁” .....	167
	设置有把握的开场白 .....	170
	借借其他企业的东风 .....	172
	自贬身份的做法无法赢得客户的尊重 .....	173
<b>第六章</b>	<b>首次连线：第一次就粘住新客户</b> .....	174
	念错对方公司名号是件失礼的事 .....	174
	让对方接纳自己，是个循序渐进的过程 .....	175
	说话要讲究火候 .....	176
	从激活客户的兴趣点入手 .....	177
	通过问题把握交谈节奏 .....	178
	敲定下一次拜访的机会 .....	180

叁

## 大展身手篇

<b>第七章</b>	<b>电话约访：给客户一个不可拒绝的理由</b> .....	183
	富有创意的语言可以激发客户谈下去 .....	183
	利用“台阶”取得通话的控制权 .....	185
	主动约定拜访时间，争取说服机会 .....	186
	打消客户推脱的理由 .....	188
	会做点“局”，顺利约谈 .....	189

提出建设性方案 .....	191
难以拒绝的几句话 .....	192
<b>第八章 攻下心理防线有六招 .....</b>	<b>194</b>
挠到客户的“痒”处，迅速赢得青睐 .....	194
发挥思维优势，打破本能防范 .....	195
处在变化中的需求标准 .....	197
重复定律：强化客户大脑中的意识痕迹 .....	198
用柔性引导战术，让客户参与到自己的设想中 .....	200
善于提问，还要运用倾听技巧 .....	201
<b>第九章 产品介绍：推销的是功效，而非代码 .....</b>	<b>204</b>
让专业术语见鬼去吧 .....	204
销售的诱因：好处，好处，好处 .....	205
百试百灵的产品介绍：FAB原则 .....	207
永远把客户放在谈话靶心 .....	208
一流的产品销售卖的是“点” .....	209
牢牢把握住价值进行解说 .....	211
给客户的选择不宜过多 .....	213
<b>第十章 电话跟进：不要冷落了你的客户 .....</b>	<b>215</b>
提升客户谈话的价值感受和体验 .....	215
客户沉默时，请别走开 .....	217
记住，不要偏离谈话重心 .....	218
发掘对方真实意图，巧妙作出回应 .....	219
电话销售潜伏术 .....	220
对客户的应答要保持一致 .....	221
没有解不开的心结 .....	222
<b>第十一章 接听电话：抓住送上门的机会 .....</b>	<b>225</b>
混沌状态要不得 .....	225
打错的电话，误撞的生意 .....	226
绝不敷衍任何一个电话 .....	227
设法了解来电客户的更多情况 .....	228
转接电话也要问清对方的联系方式 .....	229



## 成交攻略篇

<b>第十二章 报价：成交的焦点 .....</b>	<b>232</b>
行家面前，真水无香 .....	232
小聪明误人 .....	233



双赢才能赢永久 .....	234
真正在意才会讨价还价 .....	236
让步不必一步到位 .....	237
让对方觉得物有所值 .....	238
<b>第十三章 成交异议：情景化解 .....</b>	<b>241</b>
让客户没有机会说“不需要” .....	241
让“反对问题”成为卖点 .....	242
客户不准备买，也不要放弃 .....	244
客户嫌贵时打个价格差 .....	245
消除客户心中的疑云 .....	246
把竞争对手比下去 .....	248
客户直接问价仍需保留余地 .....	249
<b>第十四章 谈判：桌上论英雄 .....</b>	<b>250</b>
比对方聪明，但不要让对方觉察到 .....	250
原来退步是向前 .....	251
带着探询的姿态 .....	252
设法摸清对方底牌 .....	253
如何应对模棱两可的情况 .....	255
说服别人不要超过10分钟 .....	256
适时告退，对方的失落感能成就你的销售 .....	257
适度地松手是为了更好地拥有 .....	258
话不可说死 .....	259
<b>第十五章 拿下难办的客户 .....</b>	<b>261</b>
对偏重于理性思考的客户应多同意他们的观点 .....	261
对反复无常型客户应趁热打铁 .....	262
对吹毛求疵型客户应采取迂回战术 .....	263
对个性稳重的客户应小心谨慎 .....	264
对果断型的客户要善用诱导法 .....	265
对爱面子的客户，适时冒险采用讥讽的方式 .....	266
对态度冷淡的客户要用情感去感化 .....	267
对挑剔、谨慎的客户要用故事赢得认可 .....	268
对难以满足型客户要耐心沟通 .....	270
对占便宜型客户，用适当的价格差来满足他们 .....	271
<b>第十六章 成交技巧：步步为营的成交诡计 .....</b>	<b>273</b>
假定成交法 .....	273
同理心成交法 .....	274
从众心理成交法 .....	275
误听试探成交法 .....	277



最后期限成交法 .....	278
步步为营成交法 .....	279
哀兵策略成交法 .....	280
从客户的言谈中捕捉成交信号 .....	281
不说不该说的话 .....	282
<b>第十七章 当场打动客户 .....</b>	<b>285</b>
销售的是自己的魅力 .....	285
拒绝是成功的开始 .....	286
正视问题是解决问题的第一要素 .....	287
巧用替代法，提升命中率 .....	289

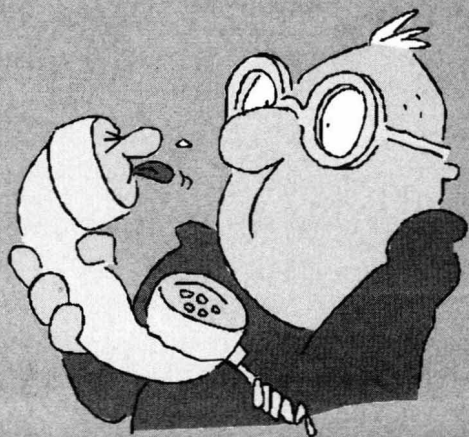


## 忠诚保鲜篇

<b>第十八章 客户维护：回头客的维护技巧 .....</b>	<b>291</b>
承诺既出，驷马难追 .....	291
产品出现问题，不要推脱责任 .....	292
互惠互利，才能合作长久 .....	293
把老客户变成你的助理销售员 .....	294
该打售后跟踪电话时别糊弄 .....	296
永不过时的“送货上门”模式 .....	297
回访是成本最低的新一轮销售 .....	298
不要轻视客户身边的每一个人 .....	299
细化你的解决方案 .....	300
<b>第十九章 投诉处理：用真诚化解误会 .....</b>	<b>302</b>
在怒火中取得温暖 .....	302
补救的最佳时间是24小时 .....	304
用真诚化解不满 .....	305
和客户一起商定解决方案 .....	306
永远不和客户争辩 .....	307
学会安抚客户的情绪 .....	309
商机藏于投诉中 .....	311
正确处理抱怨 .....	312

上 卷

# 优秀是这样炼成的



# 壹

\*

\*

\*

## 素养篇

\*

\*

\*

塑造良好的阳光销售心态  
快速提升你的职业素质





## 第一章

# 塑造良好的阳光销售心态

当销售工作遇到困难的时候，很多电话销售人员就会变得消极，心生抱怨，以至于对自己和工作都失去了信心和希望，工作效率低下，离目标愈来愈远。如果能调整好销售人员的心态和观念，激发他们的销售潜能，达到目标会变得非常容易，一切尽在自己掌握之中。

### 播撒爱心，让客户感受到你的善良



#### 阅读导入

在《世界上最伟大的推销员》一书中，作者讲述了这么一个故事。

一位名叫海菲的少年，一心想卖掉一件上好的袍子，好有机会成为伟大的商人，和自己心爱的女孩在一起。最终他却把这样一件对自己意义重大、十分珍贵的袍子送给了一个在山洞中冻得发抖的孩子。

少年这种善良的本性，感动了上苍，他最终得到了十张珍贵的羊皮卷，上面写着有关销售的所有秘诀，使这位少年最终成为世界上最伟大的销售员，并建立起了显赫一世的商业王国。

这就是爱的力量，爱是幸福的根源，爱是令你成功的最深层的动力。



#### 精彩讲谈

想要成为一名优秀的销售员，各方面要求都是比较高的，不仅是能力和知识，更重要的是人品和素质素养。有一句名言：“推销，先把自己推销出去。销售，就是卖自己。”要把自己销售出去就要客户认可你。要客户认可你的方式很多，其中口才和技巧是最不可靠和最难把握的，但是在电话销售中，口才和技巧又是让客户认可的最主要的方式，所以电话销售中情感在语言中的体现是最重要的，真诚的语言同样能够感动客户，因此，用真诚去感动客户才是正途。无论在什么场合、什么时候都要做个真诚的人。做好事做到底，好心会有好报。



#### 销售点拨

爱心是一笔巨大的财富，爱心的力量是伟大的，它是你拥有成功的最珍贵的东西。对销售员来说，爱是一座桥梁，能带你走向成功。