

荆涛 编著

销售员 细节训练全集

销售人员必修的15堂基础职业课

COMPLETE
GUIDE OF
SALES TRAINING



中华工商联合出版社

荆涛 编著

销售员 细节训练全集

销售人员必修的 15 堂基础职业课

COMPLETE
GUIDE OF
SALES TRAINING



中华工商联合出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售员细节训练全集 / 荆涛编著. —北京: 中华
工商联合出版社, 2011.8
ISBN 978-7-5158-0018-9

I. ①销… II. ①荆… III. ①销售学 IV.
①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 163158 号

销售员细节训练全集

作 者: 荆 涛
选题策划: 卢 俊
责任编辑: 付德华 于建廷
装帧设计: 树装帧
营销宣传: 王 静 韩博华 万春生 效慧辉
责任审读: 郭敬梅
责任印制: 迈致红
出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司
印 刷: 三河市华丰印刷厂
版 次: 2011 年 11 月第 1 版
印 次: 2011 年 11 月第 1 次印刷
开 本: 710mm × 1020mm 1/16
字 数: 300 千字
印 张: 17.75
书 号: ISBN 978-7-5158-0018-9
定 价: 36.00 元

服务热线: 010-58301130
销售热线: 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](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: 010-58302915

前言
COMPLETE GUIDE
OF SALES TRAINING

销售在于细节

销售是一条艰巨而孤独的道路，其开放性、竞争性的特点让销售人员在工作中肩负着巨大的压力。每一位销售人员都在竭尽全力地让客户的眼光停留在自己的产品之上，想要刺激客户的购买欲望不但要掌握必要的销售技巧、销售策略，更要时刻关注销售中的细节。

无数事实证明，不在细节上下工夫就永远无法跻身于“伟大销售员”的行列。基于此，帮助广大销售人员归纳销售中应注意的细节从而提升其业绩成为这本书被创作的初衷。

这本书中对销售前、销售中、销售后的细节都加以总结，并包含了丰富的销售细节实例，涉及的内容极为广泛，对销售人员自身要求、与客户的沟通和产品的解说等方面也做出了较为细致的讲述，对销售人员起到了“若网在纲，有条不紊”的作用。

当今社会的销售，不仅仅是指产品的买卖，更是销售人员对自身人品、独特能力和过人智慧的自我推销。不难看出，是否重视细节成为销售人员提升业绩成败的关键。销售人员的细节应该从多方面进行修炼。

从外观上讲，包括衣着形象、举止形态；从抽象上讲，包括听说技巧、细微心理。良好的外观形象通常能够帮助销售人员顺利地迈出销售的第一步，职业素养的高低、社交礼仪的生熟往往通过销售人员的形象举止体现于外。

健康细致的心态是销售工作的必要前提，对细节疏漏的高度提防和宠辱不惊的豁然能够引领销售人员翻越重重险峰，到达胜利的坦途。

销售业务的成功离不开销售人员与客户之间的沟通，而沟通的主题又总是离不开产品这条主线。销售人员对产品能否做到百分之百的掌握；对客户提出的任何问题能否对答如流；对客户遇到服务上的疑惑能否将策略信手拈来；沟通中是该“多说少听”还是“多听少说”；说将如何说、听将如何听；一个不经意的神色是怎样毁掉一项业务的；为什么说小名片是大武器等，这些对销售人员至关重要的问题都能够在本书中找到最佳答案。

一个处事谨慎、言行得体的销售人员从客户那里获取信任的概率较大。相互信任是合作的基础，销售人员要想留给客户“值得信任”的印象，则一定要时刻留心细节上的方方面面。没有哪个客户会对衣衫不整、言语欠佳的销售人员感兴趣，同样地，以自己为中心、不考虑客户感受的销售人员也难以让客户获得安全感。客户在与销售人员的交流中占据着有利地位，销售人员在沟通中应有意识地将一些权利交到客户手中。

真正能够把握细节的销售人员不但可以给客户留下完美的印象，而且能够在与客户的沟通中洞察其心理，发掘其语言中的“潜台词”，了解到客户的需求之所在。通过适当的察言观色，细致入微的销售人员可以及时地发现自己所使用的销售策略是否适用于眼前的准客户，从而做出延续或更改策略的决定。如此一来，销售人员在与客户的沟通中就可以逐步变被动为主动。

《销售员细节训练全集》一书，涵盖了对销售人员来说至关重要的各种细节，其中一些细节是常被忽视的，还有一些细节是曾被提出但缺乏解决策略的。该书不但对销售中的细节进行了归类，而且对每一种细节都提出了有效的操作办法，内容全面、实用性强，是新老销售人员见微知著、提升业绩的必读之书。

掌握正确的销售细节、方法、技巧，培养事无巨细、顾客至上的理念，才能在销售界有所作为。希望这本经过精心编制而成的《销售员细节训练全集》能够为销售行业注入新的朝气与活力，为每一位有进取心的销售人员带来启迪和收获。



前 言 销售在于细节 / 001

第一部分 售前细节训练

第 1 章 每天喊一遍“我能”——从细节上调整职业状态 / 003

1. 销售是勇敢者的事业 / 003
2. 为自己的职业而自豪 / 007
3. 抓住细节，增强销售热情 / 011
4. 自信：从细节中来，到细节中去 / 016
5. 只有立足细节，才能着眼长远 / 021

第 2 章 在琐事中培养大气魄——在细节上注重自我提升 / 025

1. 拒绝浮躁：做事不贪大，做人不计小 / 025
2. 细心观察，认真学习 / 030
3. 复杂事情简单化，简单事情重复化 / 034
4. 每天三省吾身 / 038
5. 寻找一切机会给自己“充电” / 042
6. 养成注重细节的好习惯 / 046

第 3 章 一条领带决定你的形象——销售人员着装细节 / 049

1. 外表是无声的推销通行证 / 049
2. 佛靠金装，人靠衣装 / 053

3. 着装应照顾客户心理 / 057
4. 整理服装的 6 个要领 / 061
5. 男女销售员的着装法则 / 065

第 4 章 小小“握手”体现你的专业素养——销售人员礼仪细节 / 071

1. 销售工作的基本礼仪 / 071
2. 销售人员握手的礼仪 / 075
3. 销售人员的行为礼仪 / 079
4. 销售人员称呼的礼仪 / 083
5. 销售人员寒暄与问候的礼仪 / 087

第 5 章 小名片是你的大武器——销售前的细节准备 / 091

1. 产品资料 / 091
2. 演示工具 / 096
3. 讲述关于产品的故事 / 100
4. 小准备，大收获 / 104

第二部分 售中细节训练

第 6 章 拜访客户时先讨一杯水——陌生客户拜访细节 / 111

1. 成功开场的 N 个细节 / 111
2. 在细节上关心客户 / 116
3. 随身携带记事本，及时记下客户的要求 / 120
4. 不要占用客户太长时间 / 124
5. 陌生拜访要掌握火候 / 128

第 7 章 熟记客户的名字——从细节上增进客户信任 / 133

1. 多听少说是艺术 / 133
2. 学会赞美客户 / 138
3. 围绕客户兴趣刺激兴奋点 / 142
4. 与客户良好沟通的秘诀 / 146

第 8 章 多示范，少说话——产品介绍必做于细 / 149

1. 不懂产品你还能和客户谈什么 / 149
2. 邀请客户参与 / 154

3. 做好演示胜过千言万语 / 158	
4. 充分调动客户的想象力 / 162	
5. 用权威的数字来说话 / 166	
第 9 章 不问“要不要”，只问“要多少”——提问从细节开始 / 171	
1. 正确提问，才能把握客户需求 / 171	
2. 做好提问的准备工作 / 175	
3. 提出的问题要专业 / 179	
4. 提问的基本方式与注意事项 / 183	
第 10 章 “一分钱，一分货”——价格磋商的细节 / 189	
1. 应对客户“嫌贵”的几种说辞 / 189	
2. 绝对不能“杀熟” / 192	
3. 以退为进的谈价法 / 194	
4. 如何打破价格谈判的僵局 / 197	
5. 还价的基本原则 / 200	
第 11 章 “您说的对，但是……”——细化客户异议 / 203	
1. 客户为什么会拒绝 / 203	
2. 识别客户拒绝真相的方法 / 207	
3. 掌握异议处理的五大方法 / 211	
第 12 章 成交与不成交只差毫厘——小细节促成大交易 / 215	
1. 了解影响客户成交的因素 / 215	
2. 从客户身上捕捉成交信号 / 220	
3. 嫌货才是买货人 / 224	
4. 三大手法助你快速成交 / 228	
第 13 章 对穿西装的年轻女性要强调独立——小细节透露客户大心理 / 233	
1. 眼睛就是客户赤裸的内心 / 233	
2. 巧妙识别客户的购买信号 / 237	
3. 不同客户不同对待 / 241	
4. 客户关心的只有自己 / 246	
5. 不要以貌取人 / 251	

第三部分 售后细节训练

第 14 章 一份小礼物寄托一份情

——细节让客户和你做永久的生意 / 257

1. 记住客户的重要日子 / 257
2. 维护客户比眼前的销售更重要 / 260
3. 老客户的“闲事”与“正事”同样重要 / 263

第 15 章 微微一笑很倾城——从细节入手打造最优质的服务 / 267

1. 微笑是服务的灵魂 / 267
2. 从细节入手，打造最优质的服务 / 271

PART **1**

售前细节训练

COMPLETE
GUIDE OF
SALES TRAINING

第①章 每天喊一遍“我能” ——从细节上调整职业状态

每天喊一遍“我能”，它会给我们灵感！
每天喊一遍“我能”，它会给我们勇气！
每天喊一遍“我能”，它会给我们力量！
每天喊一遍“我能”，它会给我们智慧！
每天喊一遍“我能”，我们将成为雄心勃勃之人！
每天喊一遍“我能”，我们将拥有一颗宁静的心！
每天喊一遍“我能”，我们将用全身心的爱来迎接今天！

1

销售是勇敢者的事业

柏拉图

如果一个人的激情，无论在快乐还是苦恼中，都有保持
不忘理智所教给的关于什么应当恐惧，什么不应当惧怕的信
条，那么我们就因他的激情部分而称每个这样的人为勇敢
的人。

销售是满足客户需求的过程，因为销售的产品特性或优点能给客户带来利
益。它不仅促成了交换的进行，也实现了价值的传递。同时，销售更是勇敢者

的事业，因为在销售过程中会遇到很多困难和艰辛。所以，作为销售员，我们首先要有一颗勇者之心。

有一支法国探险队在沙漠里迷了路，最可怕的事情是水也没有了。此时，如果走不出沙漠或者找不到水源，那么大家只能面对死亡。

于是，大家都对存活下去产生了怀疑。这时，队长告诉大家说：“我这里还剩下一壶水，不过在没有穿越沙漠之前，谁都不许喝。”所有人好像又看到了希望，这壶水又把大家从地狱拉回到了人间，水壶在队员中传递着。

一壶水，让死亡又远离了这支探险队，而这壶水也成了大家求生的寄托。但当探险队走出沙漠，彻底摆脱死亡之后，大家决定喝掉水壶的水来祭奠与死神擦肩而过的时光的时候，所有的队员都惊呆了——水壶里流出来的不是水而是沙子。

从这个故事当中我们不难看出，对于绝望的人来说，只有出现新的目标，才会产生信念，而坚持自己的信念，需要极大的勇气。

销售更是如此。因为销售行业是一个极具挑战性的行业，我们必须不断给自己设定新的目标，不断地坚守我们的信念，用我们的勇气去挑战路途中的艰难，只有这样才能成就自己精彩的人生，到达成功的彼岸。

一家规模很大的涂料公司准备推行扩大销售计划，便每个月招聘一名销售员，新员工必须先在办公室里学习商品知识和谈判技巧，然后跟着入行久的销售员去现场观摩，最后成功销售出一件商品，才能够成为该公司的正式员工。

有一个月，公司雇用了一名十分年轻的销售员。他非常努力，但经过前两个阶段的学习之后，得知只有成功销售出去一件商品才能成为一名正式员工，便瞬间失去了信心。

这名销售员经过几次失败之后，似乎已经彻底失望了。在他决定放弃之时，销售经理接见了，并真诚地告诉他：“你能行，你是最棒的。”然后又对他说：“我现在要把一个极其简单的任务交给你，你需要有勇气去敲开大街对面一个经常买我们东西的客户的门，因为以前我也总是把新来的销售员安排到那里去销售。他无论什么时候都会购买我们的商品，不过，他是一个没有任何素质的客户，他会对你大喊大叫，满嘴粗话，仿佛不愿意让你在他那里待上一秒钟。不过，他是一个心地善良的人，不会真得将你赶出门外。而你需要足够的耐心和勇气，听他讲完，然后告诉他说：‘是的，先生，我明白。但是今天我给你带来的是本市最好的涂料，我想这个说明对你来说，也一定是你最想要得到的东西。’无论他讲什么，你都要坚定你的立场，然后讲你要说的话。但你一定要记得，无论在什么时候，他都会向我们销售员订货的。”

这位被打足了气的年轻销售员立即叫开了大街对面老头的门进入屋里，报了自己公司的名字。然后他再也没有机会讲上一句话，因为那个老头不停地给他讲一些无关紧要的事情，一会儿教他某种菜的吃法，一会儿又教他如何钓鱼，一会儿又大骂让他离开这里。

他没想到眼前的老头满嘴脏话而且说话毫无边际，但还是按照经理的吩咐耐心地倾听并等待老头讲完。最后他说：“是的，先生，我明白了。那么，这是本市最好的涂料，这样的好涂料，当然是您想要得到的东西。”在听老头讲了一个小时之后，那位年轻的销售员终于得到了第一笔订单。

当他喜滋滋地把订单交给经理时，他说：“您说的关于那位老人的话没错，他是一个特别能唠叨，而且特别难缠，一点素质都没有的老人。不过他真的给我签订了货单。”

经理看了一下订单，不置可否。他知道，那位素质低下、特别难缠、满嘴脏话的老头从来没有向公司定过一笔订单！

毫无疑问，是勇气的力量让他充满了信心，而在拥有信心的同时，又是勇气让他开口说：“是的，先生，我明白了。那么，这是本市最好的涂料，这样的好涂料，当然是您想要得到的东西。”

现实中也一样，如果销售员初次遭到客户拒绝之后便没有了信心，失去了勇气，往往不会得到令人满意的收益。

在销售过程中，任何一个销售员都可能会连续几十次、几百次地遭到拒绝。然而，就在这几十次、几百次的拒绝之后，如果再也没有勇气敲开客户的大门，那么失败是唯一的结果。

每个人心中都有很多梦想，但很多人的梦想不是被困难压倒，就是让梦想搁浅。其实，梦想没有实现的主要原因是缺乏勇气，想为而不敢为，所以一事无成。

在工作中，每个销售员都会经历许多害怕做不到的时刻，如果因而画地为牢，只能使无限的潜能化为有限的成绩。

销售是勇敢者的事业，只有勇敢者才能接受挑战，战胜困难，实现自己的梦想。



心得笔记

2

为自己的职业而自豪

佚名

使用双手的是劳工，使用双手和头脑的是舵手，使用双手、头脑与心灵的是艺术家，只有合作双手、头脑、心灵再加上双脚的才是销售员。

职业自豪感是指人对自己从事的职业产生的光荣感、幸运感。职业自豪感能产生激励效应，并且能满足人的自我实现需要。敬业精神就是在工作实践中，对自己的本职工作的责任心和自觉性的体现。

以自己的职业而自豪：

①销售是世界上收入最多的职业。

在我们还没达到所期盼的成功时，没有人能够知道明天我们的薪水是多少，除了自己，没有人能限制销售的收入，所以我们的收入是永无止境的。同时，这门无限制的行业，是不需要任何资本的。但是销售员必须拥有世界上最伟大的东西——信心。

②销售是世界上结交朋友最多的职业。

在销售过程中，我们将要结识很多朋友。合理运用我们的交际能力，是一名优秀的销售人员必须做到的事情。所以，作为一名优秀的销售人员，一定也是一名优秀的公关人员。

③销售是世界上知识最广博的职业。

销售员需要和各种客户交谈，接触客户越多，从客户那里了解的知识越多，如音乐、体育、养花、钓鱼等。所以销售员在接待每一位客户的同时，又会从客户那里学到很多知识。

④销售是世界上每天接受挑战最多的职业。

在销售中，每天都有不同的新挑战要去战胜，而在天黑以前，我们不能肯定地说今天的机会已经结束了。对销售员而言，每一天都是一个意想不到的惊喜，在这个行业中，我们会在 24 小时内，从最低点的失望气馁飙升到最高点的兴奋满足，然后再蹒跚地在第二天的清晨又爬回原来的起点。要战胜这些挑战，我们需要奋勇向前，而不是让失败的预言将我们击垮。

一名优秀的销售员，永远不会满足当前的业绩，永远不会把压力当做挫折。对于销售员来说，只有压力才会让我们成长得更快。

我们为自己的职业而自豪。因为我们是被全世界所公认的最为积极上进的“军团”之一。在交通和传播并不发达的时候，是销售员沿着河流和小路运送货物，到前线用商品去交换皮毛，或在深山老林中进行交易。

我们为自己的职业而自豪。因为我们尝试了很多人都不敢尝试的职业。作为索尼公司的创始人之一，盛田昭夫为了解美国人和开拓美国市场，竟然做出了让很多人瞠目结舌的行为——举家搬迁到纽约。不过，最终他还是成功地将公司的新产品——收音机推销到了美国。

我们为自己的职业而自豪。因为我们可以通过销售更快速地走向成功。柯罗克在成为麦当劳公司的董事长之前，曾经历了艰辛的 17 年推销员生涯，正是这种销售历练开阔了他快速走向成功的思维和眼界。他以“推销员的思维方式”开始发展麦当劳连锁店，不正是从他发现麦当劳兄弟的汽车餐厅竟然订购了 8 台他推销的产品——拌奶机，并开始幻想如果全美国有 100 家这样的快餐厅，就能推销 800 台机器开始的吗？

我们为自己的职业而自豪。因为通过在销售中的不断总结与创新，我们可

以为更多人带来就业机会。日本“佐川快运公司”的创始人佐川清从自己当搬运工的血汗经验中提炼和制定了公司的“客户随叫随到”的原则，从而使这个小公司一跃成为日本最大的运输公司，继而为很多人提供了发展平台。可以说，在20世纪70年代，销售员帮助近6800万人创造并保住了他们的就业机会。

我们为自己的职业而自豪。因为我们通过销售所创造的业绩可以对整个国民经济起到很大的作用。IBM创始人托马斯·沃森造就了一个世界级的大公司，而他在总结其终生经验时，总是语重心长地指出：“一切始至销售。”难道不是吗？没有销售，就没有美国的商业。

我们应该毫不怀疑地为自己是一名销售员而感到无比自豪。销售最大的“前途”就是让我们可以和更多的人进行接触，有了更多与人打交道的机会，获得更多的锻炼机会，进而可以学到在“适者生存、胜者为王”环境下的各种生存技巧和原则，最终获得人生以及事业上的成功。

1924年10月出生于美国宾夕法尼亚州的李·艾科卡，由于早年受到作为意大利移民的父亲的影响，很小的时候便在心中坚定了一个信念——能通过冒险获得成功的道路就是做销售。

从此，艾科卡踏上了通往成功顶峰之路。虽然艾科卡于1953年曾被提升为费城地区的销售副经理，但他并没有从此停下通过销售获得更大成功的步伐。于是，艾科卡于1970年终于坐上了福特公司总裁的位置，而且在他就任总裁的8年里，福特公司取得了历史上最辉煌的业绩——福特公司净挣了35亿美元的利润。

李·艾科卡的辉煌，只是众多成功销售者中的一个个案。除此之外，中国首富李嘉诚、王永庆等均是如此。事实上，在每一个普通的销售员成功之前，