

没有经过正确培训的业务人员是公司最大的成本

帮您解决销售问题 为成功找对方法

销售智慧宝典

雷源◎编著

创新营销能力的提升与精进
攻略卷



机械工业出版社
China Machine Press

攻略卷

销售智慧宝典

雷源◎编著



机械工业出版社
China Machine Press

本书针对建材、工业品、耐用消费品的特点,从销售理念、素质能力、销售技巧、时间管理等多个方面阐述了对其进行销售时应注意的技巧和方法。内容分项叙述,针对性强,简单易懂,是广大建材、工业品、耐用消费品销售人员完善自身素质、提高销售业绩的良师益友。

版权所有,侵权必究

本书法律顾问,北京市展达律师事务所

图书在版编目(CIP)数据

销售智慧宝典·攻略卷/雷源编著. -北京:机械工业出版社, 2007. 1

ISBN 7-111-19963-4

I. 销… II. 雷… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第114735号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑:董琳 李欣玮 版式设计:刘永青

中国电影出版社印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2007年1月第1版第1次印刷

184mm×130mm·7.5印张

定 价:36.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线:(010)68326294

投稿热线:(010)88379007



读华章书友俱乐部反馈卡

每月10位幸运读者，
可免费获得最新出版德鲁克经典作品一本。
每月6位获奖读者，
可赢得“当月新书免费读”

欢迎登陆 www.hzbook.com 了解更多信息，
本网站会每月公布获奖信息。

◎反馈方式◎

网络登记：
登陆 www.hzbook.com，在网站上进行反馈卡登记。

传 真：
将此表填好后，传真到 010-68311802

电话登记：
致电 010-68995261，将表中信息告知我们的客户人员，在线填写反馈卡

邮 寄：
将填好的表邮寄到：100037 北京市西城区百万庄南街1号309室郑琳琳 收

个人资料（请用正楷完整填写，或附上名片）

姓名：_____ 先生 女士 出生年月：_____ 学历：_____

工作单位：_____ 职务：_____

联系电话：_____ 手 机：_____

E-mail：_____

通讯地址：_____

邮 编：_____ 所购书籍书名：_____

现在就填写读者反馈卡，成为读华章俱乐部会员，
将有机会参加读者俱乐部活动！

1. 本书购买地点？
新华书店 普通书店 书亭（摊） 网上书店 赠阅 其他
2. 您通过何种渠道最早了解本书？
偶然场合 经人介绍 书店广告 报刊 电视
3. 您手上的作品大致传阅人数为：
1-2个人 3-5人 5-10人 10人以上
4. 您愿意向别人推荐本书吗？
非常愿意 有机会、愿意 没考虑过 不值得推荐
5. 您对本书的整体评价
内文水平 很好 较好 一般 较差 很差
封面设计 非常出色 平凡普通 毫不起眼
编辑排版 利于阅读 一般 较差
印刷 质量好 质量一般 质量较差
6. 您一般通过什么渠道了解最新的管理思想？
专业培训 专业会议 期刊 书籍 电视 广播 业内朋友
7. 如何通过网络或传真给您提供相关领域书籍的出版信息，您是否愿意接受？
愿意 不愿意
8. 如果在您所在的城市举办相应专题研讨会，您是否愿意参加？
愿意 不愿意
9. 您是否愿意获得相应管理培训课程的信息？
愿意 不愿意
10. 您是否愿意支付费用成为读华章书友俱乐部收费会员，享有VIP会员专享权力？
愿意 不愿意

读华章俱乐部反馈卡

作者简介



作者：雷源

■ 雷源 男 陕西西安人

- 国内知名建材企业市场营销策划师、营销培训师。
- 精通终端客户拓展与店面防守策略与技巧，主要研究大客户销售、销售策略与销售技巧。
- 整合了建材与工业品行业研发、生产、策划、推广、营销与培训十年经验。
- 致力于增强业务人员说清楚、会应对和通过提问获得进展的能力，避免业务人员走弯路，降低销售型公司的经营风险。
- 在销售型公司的体系架构设置和运营方面有独特的观点与实践经验，帮助企业解决销售平台的搭建和运营问题。
- 研究以团队方式开展各渠道拓展和服务模式，使渠道获得长期收益。
- 研究品牌在区域市场中的定位与推广，帮助中小型公司增强品牌影响力，赢得持续发展的机会。
- 解决中小型销售团队的人力资源困境，在整个体系管理中体现市场化精神，打造学习型销售团队。

■ 帮您解决销售问题，为成功找对方法

■ 作者交流方式

- MSN:oo.design@hotmail.com QQ:437008122
- WEB: 

致 谢

- 本书能够成功出版，首先要感谢我的太太宝娟，没有她每晚陪着我写作，我会放弃，她给我无数支持与帮助，让我不会分心，这是最好的保证。
- 感谢我的父母，辛勤养育了我，培育了我健全的身体和心灵，他们为我的为人做出了杰出的榜样，让我能够在纷杂的世事中坚持自己的理想与奋斗，感谢他们在任何时候给我源源不断的求知机会。
- 感谢我的朋友王伟国和史鑫，在本书构思阶段他们提出了非常清晰的定位和写作方向，感谢他们一次又一次不厌其烦地听我描绘未来，特别是在对未来并不确定的情况下，他们的宝贵建议使本书的亮点更加突出。
- 感谢我曾经服务过的公司，他们的总经理、管理人员和一线员工为我提供了许多极其重要的启发，提出了各种各样迫切需要解决的问题，他们的建议和意见让我有信心坚持下去，让我能够沉下心来去思考 and 解决问题，这是最宝贵的。
- 感谢行业媒体的朋友，在报纸、杂志和网站上给予了大篇幅的热心宣传与推广，针对一线的销售问题提供栏目展开讨论，这些平台使《销售智慧宝典》扩大了传播的机会，使更多的人认识和了解了《销售智慧宝典》。
- 感谢更多相关行业内朋友们的无私沟通，他们给了我无限灵感，让我汲取到了宝贵的资源，从而得以不断修正我的思想，使我们离完美更近一步。
- 感谢所有关心和支持本书的朋友，让我们共同打造本书的网站讨论平台，使每个有销售理想的人实现突破，不断发展壮大销售事业的根基，赢得现在和未来的伟大胜利。

前 言

■ 感言

- 下决心做一件事需要巨大的勇气，而真正进入到事情的内部，会发现更多的困难与挑战。
- 感谢时间，它是一剂良药，在需要调整的时候，让思绪有回旋的空间。
- 罗马不是一天建成的，最初的目标加上持之以恒，慢慢地，慢慢地，慢慢地，发现已经峰回路转，眼前一片开朗。
- 即使在销售行业历经十年的摸索、尝试、求索、沉淀、呈现，也无法做到绝对完美，就像这本书，抛砖引玉，需要更多读者与业内朋友的关心与支持，我会尽心尽力去做好，希望能够呈现更多的价值。
- 虽开始于这里，但回馈整个行业，是应该的，最重要的是无私分享。

■ 本书定位策略

- 本书的写作，总结了作者在建材、耐用消费品和工业品营销行业十年的产品研发、企业管理、市场销售、营销策划和企业营销培训的宝贵经验，这些是完成本书的宝贵基础。
- 本书致力于解决一线销售人员面临的问题，提升销售技能。
- 进攻与防守的结合是市场营销中的必备手段，有助于增强业务人员在各销售渠道中的拓展能力，提升竞争力，实现长久销售，有效地稳固客户，培育更多的长期客户，在注重销售策略的前提下强化业务人员的执行力。
- 本书在编写的过程中，考虑到建材和工业品行业营销的需要，借鉴了众多工业品、耐用消费品、日用消费品和奢侈品的销售模式，借鉴了酒店、餐饮等服务行业的服务理念，博采众长，使本书的内容更加切合实际并且容易操作。

■ 本书的定位

- 建材、工业品和耐用消费品行业的标准培训教材。
- 建材、工业品和耐用消费品厂家送给经销商最好的礼物。
- 商业卖场（建材城、商城、专卖店等）送给商家最好的礼物。

■ 《销售智慧宝典》告诉业务人员如何想和如何做

- 本书重在启发和点拨，引导业务人员思考许多平时没有注意的问题。
- 在解答销售过程疑问时，提供多种有效的策略和方法，通过问题和答案告诉业务人员如何想、如何说和如何做。

■ 《销售智慧宝典》是业务人员的口袋书

- 花一点儿时间阅读和思考本书，会使业务人员的思路更加严谨，同时也会得到丰富的启发与提示。
- 借助本书，通过团队方式探讨销售过程中的细节，会发现更多的销售机会，这是一套适合团队共同学习的培训书。

■ 《销售智慧宝典》具有易读性

- 本书在写作的时候，考虑到了一线业务人员的实际情况，没有采用大量的文字，而是通过文字、图片和表格的结合共同进行演示，深入浅出，通俗易懂，使阅读更加轻松。

■ 《销售智慧宝典》是帮助销售人员成长的书

- 在使用本书时，通过阅读与讨论的形式去探讨工作中的问题，深入扩展书中的方案与思路，可以获得更多启发性答案。

■ 《销售智慧宝典》是一个平台

- 本书是营销培训的一个平台，有经验的业务人员通过学习可以整合自己的销售知识，使之更加系统和专业；刚刚从事销售的业务人员通过有步骤的学习，可以快速掌握业务拓展中各种必备的业务技能。

■ 业务人员的执行力就是企业的执行力

■ 本书解决销售型公司攻守兼备的问题

- 一对一沟通和一对多沟通的技巧。
- 客户的妥善应对（包括回答问题和现场应变）。
- 客户拓展（通过系统的提问，开发客户需求，达成合作共识）。

■ 这些方法对于拓展客户内部的企业决策人、部门负责人和基层职员同样有效，因为业务人员在此过程中同样会面临三大挑战，见图0-1

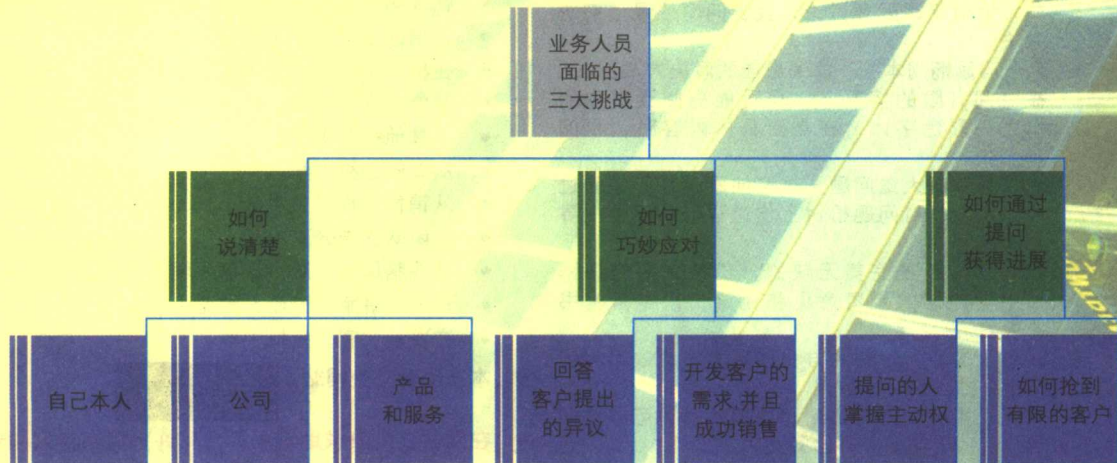


图 0-1

本书使用指引

■ 建议通过如下方式，更加有效地使用本书

- 将您支持的论点勾划出来，寻找亲身经历的案例，与之组合在一起，形成自己的培训教材。
- 参照书中的观点，结合自己工作中遇到的实际问题，寻找答案。
- 用您自己的知识，补充书中的不足。
- 组织自己公司的员工，分段朗读本书中的章节，针对问题展开讨论，找到问题的最佳解决方法。
- 带着问题翻阅本书，找到最佳的解决方法。
- 在时间有限的情况下，尽可能先阅读书中的标题和彩色字体，在需要具体内容时，再阅读全文。
- 本书列举了大量问题，这些问题存在于销售过程之中，针对问题检讨工作过程，从问题中寻找答案。
- 这本书并不是完美无缺的，仍然需要您在网站中发表您的宝贵意见和建议，以丰富本书的内容。
- 以团队沟通和讨论的方式使用本书，效果将优于个人独立学习的效果。
- 不建议第一遍就从头到尾通读本书，可以选择自己最关心的章节开始阅读。
- 经常阅读，每次都会有新发现。

■ 通过哪些方法使用本书

- 自学。
- 向老师学。
- 向同学学。
- 向同事学。
- 在问题中学。
- 在现场中学。
- 在演练中学。
- 在检讨中学。
- 从信息反馈中学。
- 从其他行业中学。
- 从案例分析中学。
- 从销售过程研究中学。
- 从团队交流分享中学。
- 从头脑风暴、脑力激荡中学。
- 从系统讲解、讨论、辩论中学。
- 在游戏和实战模拟中学。

■ 本书配套交流网站：



- 在网站上发表求助信息，会有许多营销专家和专业网友帮您解决工作中遇到的问题

帮您解决销售问题，为成功找对方法

■ 随时在配套网站上发布自己的问题

■ 使用网站交流，非常简单！

- 请在智慧营销网  上 **免费** 注册
- 发布您所遇到的问题
- 获得专业的解决方案和惊喜！



目 录

作者简介

前言

- 1 第一章 销售精英的素质和能力
描述销售精英具备的基础素质和能力，发现销售的力量。
- 25 第二章 建材和工业品销售的基本理念
掌握必备的销售理念，用理念引导销售过程，使每一招都有效。
- 43 第三章 计划和时间管理
做好自我管理，在资源有限的情况下，实现更多的销售机会。
- 73 第四章 销售前的准备工作
完美的准备实现完美的结果，武装自己，掌握竞争优势。
- 109 第五章 销售沟通技巧
利用各种方式进行沟通，发现更佳的沟通方式，进行高效率沟通。
- 137 第六章 通过会议方式销售产品
开辟新的销售战场，以最小的付出获得最大的收益，使竞争对手难以企及。
- 167 第七章 销售提问技巧
变传统的被动销售为主动销售，时时掌握销售主动权。
- 199 第八章 电话销售技巧
掌握专业电话销售技巧，千里一线，以最低成本获得最大收益。
- 226 参考文献

第一章 销售精英的素质和能力

人不是环境的产物，而是环境的
创造者。

——狄斯雷利

做所有事情总会有一个更好的办
法，就看你能不能找到它。

——托马斯·爱迪生

销售是一个充满挑战的过程，你
需要掌握的不只是目标，还有态度、
方法、技巧和能力，你的未来掌握在
你手中！



我们在进行复杂性和困难度极高的 建材及工业品销售

- 建材销售属于工业品销售的一个分支，比快速消费品的销售更加具有挑战性。
 - 建材和工业品针对的是大量长期采购型客户或复杂决策型客户，因此事先要清楚地了解客户的采购决策与流程。
 - 建材和工业品销售必须与客户内部的多个相关部门协调配合作业。
 - 建材和工业品销售牵涉到复杂的公关，尤其是行业中特有的“回扣”问题。
 - 建材和工业品销售比消费品更容易形成逾期应收账款和呆账。
 - 无论是现金与非现金交易客户的取舍、信用额度的制定或是逾期账款的催收，建材和工业品都远比消费品复杂。
- 建材和工业品销售渠道主要包括：**直接销售和通过他人销售。**
- 建材和工业品的购买决策主要包括：**一人决策和多人决策。**
- 建材和工业品销售公司在市场中的动作包括：**进攻和防守。**
- 建材和工业品的业务员管理要比消费品复杂：
 - 许多老业务人员误认为，价格是销售成败的惟一决定因素。
 - 业务人员做久了，容易倾向固执和坚持己见，不轻易接受新的思维方式。
 - 建材和工业品客户档案的建立非常重要，但往往被业务人员忽略。
 - 业务人员经常面临不确定的销售环境，情绪起伏较大，连带对业绩影响很大。
 - 许多业务人员面对大客户会产生自卑感，因而可能不敢拜访开拓大客户。
 - 小客户占公司客户的大多数，大客户数量太少却又成为竞争对手抢夺的对象。
 - 许多建材和工业品业务人员利用公司管理的空档，兼卖同行或竞争对手的产品。

学习销售技巧的必要性

- 企业的成功，基于所有员工的成功；员工的成功，基于不断地学习与训练。
- 每位员工都想成为一名优秀的员工，有些时候之所以会犯错并不是员工的本意，而是员工根本不知道怎么做是正确的，以及正确的标准是什么。
 - 如果第一次学习的方法是错误的，那么以后就要花费5倍的时间来学习正确的方法。
 - 如果第一次的销售政策是错误的，重新执行新政策，需要付出原来10倍的努力，并且有可能否定以前的工作。
- 每个人的成长都离不开学习，最佳的学习方式是：
 - 主动学习。
 - 不是“要我学”，而是“我要学”！
- 销售人员的训练如同运动员的训练一样：
 - 必须通过基础的规范与标准训练过程，使业务人员彻底贯彻基本规范，经过这样训练的业务人员一定能够在销售领域获得最终和持续的成功。
- 业务人员的成功取决于四点：**良好的心态、明确的目标、必备的能力和恰当的技巧。**
- **如果一个业务人员的业务技能不足，公司管理者却不加以纠正和提高，那么就意味着公司愿意接受较低的工作标准和销售业绩。**



业务人员应将知识与技巧结合起来

- 作为有远见的业务人员，不应只看到眼前的机会，永远要着眼于未来，并且确保未来比今天收获更多。
- 过于现实是建材和工业品业务人员的大忌，记住要着眼于长远的机会。
 - 许多销售型公司给业务人员施加巨大的任务压力，认为压力可以产生销量。
- 问题的关键是：
 - 今天如果销售良好，是因为昨天的事情做对了。
 - 未来如果要好，一定要从今天开始把所有的事情都做对。
- 有三种障碍阻碍了人们的视野看不到未来：
 - 目光迟钝，看不出变化。
 - 无动于衷，对看出的变化没反应。
 - 套用老办法，根据以往的经验本能地反应。
- 谨防消极等待，以免造成这些可能的障碍。
- 销售工作，只有原则，没有定式，要学会以变通的方式灵活运用。
- 随着竞争、产品和服务过程变得越来越复杂，未来的销售将比以往更加困难，此时你的专业知识、客户所需要的信息和需求将更加多样。

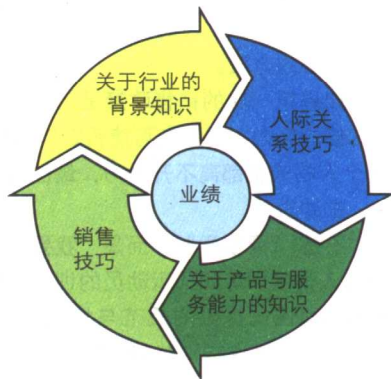


图 1-1 业务人员知识与技巧结合模型