



突破 销售困境

章伟◎著

销售从挖掘客户的需求开始。

只有同质化的产品和服务,没有同质化的需求。

新华出版社

突破销售困境

章 伟 著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

突破销售困境/章伟 著.

北京: 新华出版社, 2007. 1

ISBN 7-5011-7674-4

I. 突… II. 章… III. 销售—方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 118959 号

突破销售困境

选题策划: 卢瑞华 博士德

责任编辑: 卢瑞华 石胜利

装帧设计: 大象工作室

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

网 址: <http://www.xinhupub.com>

邮 编: 100043

经 销: 新华书店

照 排: 北京诚锐文化发展有限公司

印 刷: 三河市华晨印务有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 14

字 数: 150 千字

版 次: 2007 年 1 月第一版

印 次: 2007 年 1 月第一次印刷

书 号: ISBN 7-5011-7674-4

定 价: 25.00 元

本社购书热线: (010) 63077122

中国新闻书店电话: (010) 63072012

图书如有印装质量问题, 请与印刷厂联系调换 电话: (010) 88423459

销售从**推销自己**开始

销售从**客户的拒绝**开始

当你为客户着想的时候，
你就很容易找到突破销售困境
的钥匙。

用他人的经验，长自己的
智慧。章伟用自己的智慧，把
他十年的营销经验，变成了实
用的销售方法和技巧。

作者：刘兴旺
定价：25.00元



作者：孙虹钢
定价：19.80元



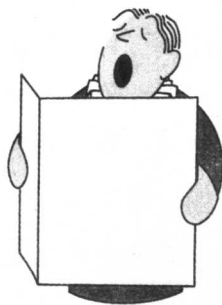
作者：李振勇
定价：29.80元



作者热线：010-88423459
010-68487630
网 址：www.bsd-cul.com

章 伟

培训讲座



培训咨询项目

第一部分 团队建设

打造高绩效的团队

带领员工解决问题

第二部分 沟通

管理者的沟通技巧

有效的沟通

销售人员的沟通技巧

第三部分 销售实战

职业销售技巧

顾问式销售技巧

K/A 卖场的销售与管理

大客户谈判技巧

培 训 特 色

1. 实战性原则和精品原则
2. 专题讲解 + 案例引导分析 + 小组讨论 + 游戏 + 情景演练
3. 风格幽默 + 专业引导 + 知识系统 + 体验 + 教练技术
4. 引导式培训, 极具影响力和亲和力

作者热线: 010 - 68487630/31 13910976607

网 址: www.bsd-cul.com



章伟

武汉大学客座教授

中国汽车培训网高级培训师

湖北国润教育发展有限公司高级培训师

北京博士德文化发展有限公司高级管理顾问、培训师

曾服务于可口可乐、台湾统一等知名企业。从基层的销售人员做起，历任销售主管、经理等职，有着十年的销售与管理经验。是国内较早进入培训业的实战派职业经理人之一。

曾为国内100多家大中型企业进行过300多场培训，内容涉及销售、沟通、团队等管理知识。擅于针对不同的学员设计实用的培训课程，用简单事例来说明复杂问题，启发人们改善和提高自身的素质与能力。在中国电信首创《咨询式培训》，将培训与企业的管理方法与制度相结合，取得了立竿见影的效果，连续三年成为中国电信授课最多、最受欢迎的老师之一。

在从事企业咨询与管理培训的过程中，收集了大量的不同企业、不同行业的销售案例。曾经与1000多位一线的销售人员进行过经验交流，并且与他们一起走访消费者，了解市场，从实践当中总结出了实用的销售技巧与方法。



与著名企业管理培训师余世维教授在一起



在湖南电视台《成长》栏目现场与青年企业家、学者探讨创业心得



为南昌统一公司做培训



为武汉统一公司做培训

东风商用车展场经理培训班



为东风商用车展场
经理做培训

第四届汽车经纪人培训班



与湖北省第四届汽车
经纪人培训班的学
员在一起



与湖北省第五届汽
车经纪人培训班的
学员在一起



为中国电信中层管理人员做培训



与中国汽车培训网汽车营销经理高级研修班的学员在一起



为东风本田做培训

前 言

随着市场经济的深入发展和企业竞争的逐步加剧，产品的销售发生了深刻的变化。我认为，从产品销售的层面讲，我们经历了以下几个时代：

产品时代。这是计划经济时代的特征，即只要能够生产出产品来，就不愁销售，是一个不需要销售的时代。

销售时代。这是中国实行双轨制时期到商品基本供大于求时代的特征，基本上只要将产品销售出去，就算完成任务。

销售加售后服务时代。这是市场经济供大于求以来销售的基本特征，也仍然是现阶段的主要方式。这个时期的售后服务，只是实现产品功能的必要保证，而不是那种完全意义上的服务。

服务时代。这将是未来商品销售的主要方向。在服务时代，商家将针对客户某方面的需求提供相应的服务，其产品的表现形式是解决方案。这是完全意义上的服务时代，商品只是商家向客户服务的一个载体，而商品销售也只是向客户服务的整个链条中的一部分。

当然，以上这种分法只是我的个人看法，而且除与计划经济相应的产品时代之外，其余几个时代并不是截然分明的，而是相互重叠和交叉的。但是，无论如何我们都应该了解并把握这种时代的变化趋势，并对自己的产品和销售策略作出及时的调整，朝着专业服务方向迈进，否

则难免被市场淘汰的结局。

无论哪个时代，销售都是企业运营中的一个重要环节。即便到了专业服务时代，如果客户对你的产品不认可，那么全方位服务只能是一厢情愿。所以，销售能力是一种核心能力，有了这种能力，才能够为顾客做好全方位的服务。

站在服务的背景上来看待销售，那么我们首先就要弄清楚顾客需要什么。我认为，只有同质化的产品，没有同质化的需求。要做好销售，突破销售困境，就必须从挖掘客户的需求开始。顾客到底有什么需求？这个问题与其说是一个销售问题，倒不如说是一个沟通问题。所以，我始终认为：销售是一个发现客户的需求，并通过自己的产品和服务来满足其需求的过程。沟通能力是一个销售服务人员的核心能力。销售员如果沟通能力强，那么就会很快找到或发掘出客户的需求，并且以产品为载体或媒介，通过自己的服务来满足客户的需求。在为客户提供服务的过程中，销售员同时也实现了产品和服务的价值。

本书正是站在专业服务的大背景下来看待销售及销售能力的培养和锻炼的，并以客户的需求为线索，以销售员的沟通能力为核心，来展现销售员应该具备的销售技巧，希望能对广大的销售员有所裨益。

章伟

2007年1月

目 录

第一章 新时期的销售 /1

如果你不能，你会找到 100 个借口；如果你能，你只需要一个理由。

- 1 新时期，我们卖什么 /2
- 2 给销售路上的你 /7
- 3 平庸还是不凡，取决于你自己 /8

第二章 建立良好的客户关系 /11

提出问题总比解决问题容易。对销售员来讲，重要的是解决问题。

- 1 充分的准备是成功的一半 /12
- 2 让客户敞开心扉 /19
- 3 赞美 /21
- 4 投其所好 /23
- 5 小礼物的功用 /24

第三章 判定客户的性格类型 /25

只有同质化的产品，没有同质化的需求。

- 1 产品没有个性——有个性的是你的客户 /26
- 2 在最短的时间内判定客户的性格类型 /27
- 3 性格类型具有两面性 /34
- 4 向不同类型的客户销售 /38
- 5 说话之前先察言观色 /61

第四章 销售员的沟通技巧 /65

成功的人一定有成功的习惯。

- 1 巧妙地使用非语言沟通技巧 /66
- 2 有效使用术语 /82
- 3 以退为进 /83
- 4 不要过早作出判断 /84
- 5 聆听客户的心声 /87

第五章 挖掘客户的需求 /99

对方怎么回答，是由你怎么去问来决定的。

- 1 销售从挖掘客户需求开始 /100

- 2 要善于提问 /103
- 3 让客户说“是” /106
- 4 问话的类型 /109
- 5 提问的漏斗原理 /120
- 6 提问的作用 /123
- 7 提问的误区 /129
- 8 为客户提供有效的建议 /130
- 9 给客户建议就是给其带去快乐 /136

第六章 产品、服务的介绍 /143

利益是双无形的手，驱使着人们做出某种决定。

- 1 FAB——针对客户需求介绍卖点 /144
- 2 报价 /155

第七章 识别客户的问题 /161

找到了真正的问题，就等于解决了问题的一半。

- 1 异议≠拒绝 /162
- 2 识别异议的真实涵义 /164
- 3 异议的类型 /168
- 4 挖掘异议的根源 /172

第八章 处理客户异议 /181

真正的销售就是从客户的异议开始的。客户的异议潜藏着客户的需求。

- 1 销售从遭到拒绝开始 /182
- 2 避免敌对情绪 /182
- 3 客户异议处理技巧 /185
- 4 克服几种常见的异议 /188

第九章 临门一脚的成交技巧 /191

从数字上来看，在成交之前你所做的都是零。

- 1 把握成交时机 /192
- 2 心理暗示法 /195

第十章 客户关系的经营 /201

销售到了最后，就是去经营你的客户关系。

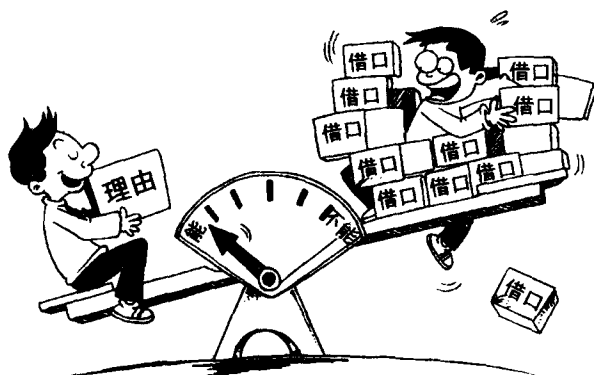
- 1 水滴石穿——客户关系的日常维护 /202
- 2 一针见血——客户关系的事件经营 /205

附录 魔鬼销售兵团制胜法则 /212

后记 /213

第一章

新时期的销售



.....

如果你不能，你会找到 100 个借口；
如果你能，你只需要一个理由。

.....