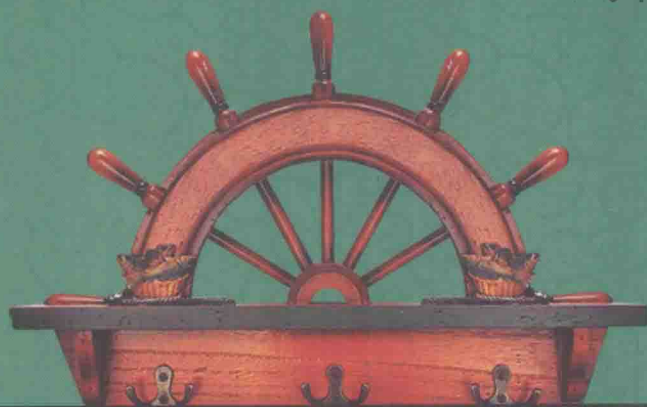


一部专为中国推销员量身打造的销售指南
一本书助你问鼎冠军宝座·一本书助你实现财富梦想



冠军推销员 成交技巧 大全集

李伟业◎编著



世界上 90% 以上的董事长都曾做过推销员

IBM 的创始人做了 22 年的推销员；麦当劳公司的创始人做了 17 年的推销员；福特总裁艾科卡做了 30 年的推销员；而像索尼创始人虽未做专职推销员，但从一开始就充当推销员推销公司的产品，华人富豪李嘉诚、王永庆、庄永竞等均是如此。

一部专为中国推销员量身打造的销售指南

冠军推销员 成交技巧 大全集



一本书助你问鼎冠军宝座
一本书助你实现财富梦想

李伟业◎编著

图书在版编目 (CIP) 数据

冠军推销员成交技巧大全集/李伟业编著. —延吉: 延边大学出版社, 2013. 8
ISBN 978-7-5634-5799-1

I. ①冠… II. ①李… III. ①推销—通俗读物 IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 201953 号

冠军推销员成交技巧大全集

编 著: 李伟业

责任编辑: 孙淑芹

封面设计: 鑫隆创意

出版发行: 延边大学出版社

社 址: 吉林省延吉市公园路 977 号 邮编: 133002

网 址: <http://www.ydcbs.com>

E-mail: ydcbs@ydcbs.com

电 话: 0433-2732435 传真: 0433-2732434

发行部电话: 0433-2133001 传真: 0433-2733266

印 刷: 三河市明华印装厂

开 本: 195 × 280 毫米 1/10

印 张: 42 字数: 500 千字

印 数: 5000 册

版 次: 2013 年 10 月第 1 版

印 次: 2013 年 10 月第 1 次

ISBN 978-7-5634-5799-1 (民文)

定 价: 59.00 元



第一章 好口才才是成交的关键

推销要有好口才	15
口才提升业绩	16
会说话容易取得信任	17
会说话才能实现有效沟通	19
好口才激发顾客的购买欲	21
好口才能助推销员排除障碍	22
好口才与顾客建立和谐关系	23
好口才为你赢得客户	24

第二章 具有强烈的成交渴望

一定要成交	25
不说负面的话语	26
说服自己一定会成交	29
学会调整自己的情绪	30
让顾客感受到你的热情	32
充分展现你的个人魅力	35
成功源于持续不断的努力	37
用乐观积极的心态去感动客户	38
没有什么是不可能的	40
推销员有五张脸谱	41

第三章 成交要点在于攻心

把话说到顾客心里	46
说话要有分量	48
说话目的要明确	50
摸清顾客心理	51

站在对方角度说话	53
巧妙赞美客户	57
强调“货真价实”	62
看重顾客的疑虑	64

第四章 好心态成就好业绩

决不轻言放弃	74
永远保持自信心	76
拒绝恐惧感	78
不卑不亢，赢得尊重	80
勤奋不仅仅是一种精神	82
以感恩的心态面对客户	83
永不满足，积极进取	86
及时扫除自己的坏情绪	87
避免以貌取人	89
养成专注的精神	91
用信心争取胜利	93
态度引领成功之路	94
肯下功夫就会成功	95
带上你的勇气去推销	96
勤奋是成功的助推器	98
“耐心”带来成功	99
用热情拿到订单	100
诚信赢得信誉	103
不要损害别人	105

第五章 养成良好的销售习惯

建立在信任的基础之上	107
引导话题，突出会谈重点	108
让客户认清自己的最终目标	109
树立正确的业务目标	112
摸清产品或服务的其他用途	113
自我定位——业务咨询者	114
承前启后，二次约见	115
洽谈记录	116

因人而异，制订计划	117
请求引荐	118
展示热情	120
适当地自我赞扬	121
为人诚实	122
自我调节，摆正心态	123
提早着手，抢占先机	124
跟踪和了解行业动态	125
联络客户，增强洽谈影响力	126
在人群面前做演讲	127
适当为他人提供机会	128

第六章 最高效的销售策略

立刻采取行动	130
花时间静静地思考	131
抓住机遇	132
在 24 小时内回电话	134
与每个人至少见一次面	135
知道何时该放弃	136
知道何时该寻求帮助	138
发展相互依赖的关系	139
知道什么时候该自立	140
对客户进行评估	141
留心观察	142
问正确的问题	143
努力将销售工作进行下去	145
培养灵活的规划技巧	146
有技巧地提出问题	148
把客户的利益放在首位	149

第七章 最成功的销售绝招

提防因特网上的糟糕建议	151
举办活动，推进销售关系	152
追寻肯定的答复	152
利用好“我没想到会这样”	153

提防“休闲星期五”	155
找出什么发生了变化	156
明智地利用电子邮件	157
直截了当提出面谈要求	158
不要急于成交	159
难题由你来提出	161
争取更多的回电	162
不要倾销产品	163
超越“连珠炮式”的销售	164
掌握 PIPA 顺序	166

第八章 行之有效的说服技巧

苏格拉底的说服法	170
二者选一说服法	173
魔力句式说服法	176
刺激欲望说服法	177
消除疑虑说服法	178
承认缺陷说服法	180
引用例证说服法	180
假定成交说服法	181
制造悬念说服法	183
富兰克林说服法	183
分解价格说服法	186
多听少说说服法	188
转移话题说服法	189
积极假设说服法	190
欲擒故纵说服法	192
二次努力说服法	194

第九章 促进交易技巧

接近顾客的口才技巧	195
尽量多用肯定的语气	199
抓住要害，一语击中	200
多问“为什么”	201
适时沉默就是金	203

记住顾客的名字是成功的法宝之一	204
不要重复对方的批评	206
把握成交与冷却的时机	207
细节问题决定交易成败	212
用话语刺激消费者的购买欲望	214
来者都是客	215
神奇的顾客体验	216
基于顾客体验，激发顾客购买欲望	217

第十章 介绍产品的绝招

让自己成为产品专家	219
推销员介绍产品的口才技巧	221
关于产品介绍的 AIDA 理论	223
介绍产品时多为顾客着想	225
尽可能地让客户亲身感受产品	227
推销员要避免“祸从口出”	228
对顾客提问的口才技巧	230
不要阻止客户说出拒绝的理由	232
利用具体利益向客户介绍产品	235
巧妙选择推销时机	237

第十一章 给客户设计构想

给顾客一个购买的理由	242
分析顾客的购买心理	246
给客户一个美好的未来	248
怎样美言你的产品	249
帮助顾客克服警戒心	250
诱导式的发问	253
不着痕迹的成交技巧	254
让顾客产生不买就会后悔的心理	261
抓住销售的关键	262

第十二章 让客户说出真实需求

了解顾客的真实需求	264
-----------------	-----

各方提示激起顾客的需要	268
巧妙试探成交意愿	269
换一个角度看问题	270
发掘顾客不自知的需求	272
怎样引导顾客说出自己的需求	275
及时捕捉顾客的反应	278
认真倾听顾客的话	279
如何打动顾客的心	281

第十三章 巧妙应对不同顾客

面对话痨型的顾客	284
寡言型顾客的应对策略	285
面对愤怒顾客的应对策略	287
如何应付顾客的吹毛求疵	289
疑虑重重顾客的应对策略	290
不同性别的顾客的应对策略	294
不同年龄顾客的应对策略	295
圆滑难缠顾客的应对策略	297
有效应对客户的各种借口	303

第十四章 处理好客户的不同要求

处理顾客的批评技巧	306
让顾客成为主角	307
满足顾客的“合理”要求	309
要学会对喜欢恭维的客户拍马屁	310
知己知彼，百战不殆	311
让顾客感到他很重要	312
千万不能与顾客争论	314
积极回应顾客的抱怨	315
如何对待顾客的异议	317
研究不同顾客的心理	322

第十五章 消除客户犹豫心理

巧妙地给顾客施加压力	327
------------------	-----

抓住买方的心理	328
消除顾客怕受骗上当的心理	331
以“情”和“理”感动顾客	332
巧妙利用双簧的效果	337
帮助准顾客消除心理障碍	338
让顾客爱上你的产品	340
巧用顾客求名心理	341
廉价策略要灵活运用	342

第十六章 赢在谈判

营造轻松和谐的开局气氛	344
选择合适的话题	351
逐渐向中心议题靠拢	352
启发对方多说话	353
看出对方的“软肋”	354
掌控谈话的主动权	357
为对方分析利弊得失	359
掌握自圆法	365
把握恰当的“火候”签约	371

第十七章 电话推销成交策略

电话预约客户的语言技巧	374
电话推销的语言技巧	379
电话销售的开场白	383
让顾客感受到你的热情	385
巧妙回答客户提问	387
说服瞻前顾后的客户	389
对老客户销售的口才技巧	390
利用电话开拓新客户的口才技巧	391
接听顾客电话的注意事项	393
攻破客户拒听电话	394

第十八章 讨价还价的艺术

漫天要价就地还钱	397
----------------	-----

慎重接受第一次出价	398
故作惊讶	401
“你得再加点”，然后沉默	402
以“后台老板”为武器	402
黑脸白脸唱“双簧”	403
选择有利谈判场合	404
以取得最大效益为原则	406
优中选优	406
以缓的态度办急事	407
一向如此，你也不能例外	408
逐渐缩小的让步	409

第十九章 巧妙应对客户拖延

应付顾客对价格的抱怨技巧	410
适时刺激顾客的兴趣	412
适当使用激烈的行为	414
以退为进，敦促对方采取措施	415
推销员如何克服推销战役中的低潮	416
面对顾客“改天再来”的处理技巧	417
如何避免顾客的推托	418



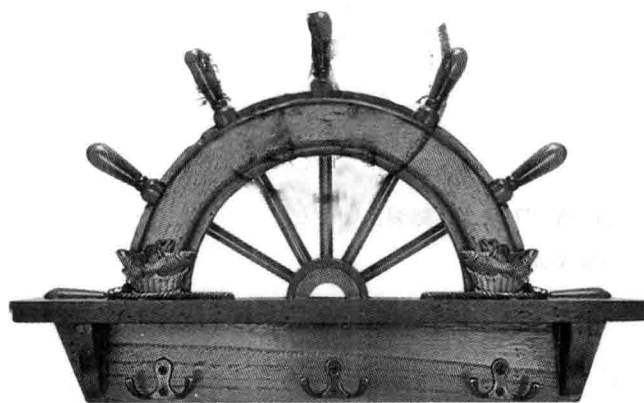
冠军推销员成交技巧

大全集

中国销售人员人手一册，改变千万人命运的智慧书

一部专为中国推销员量身打造的销售指南

冠军推销员 成交技巧 大全集



一本书助你问鼎冠军宝座
一本书助你实现财富梦想

李伟业◎编著

延边大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

冠军推销员成交技巧大全集/李伟业编著. —延吉: 延边大学出版社, 2013. 8

ISBN 978-7-5634-5799-1

I. ①冠… II. ①李… III. ①推销—通俗读物 IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 201953 号

冠军推销员成交技巧大全集

编 著: 李伟业

责任编辑: 孙淑芹

封面设计: 鑫隆创意

出版发行: 延边大学出版社

社 址: 吉林省延吉市公园路 977 号 邮编: 133002

网 址: <http://www.ydcbs.com>

E-mail: ydcbs@ydcbs.com

电 话: 0433-2732435 传真: 0433-2732434

发行部电话: 0433-2133001 传真: 0433-2733266

印 刷: 三河市明华印装厂

开 本: 195 × 280 毫米 1/10

印 张: 42 字数: 500 千字

印 数: 5000 册

版 次: 2013 年 10 月第 1 版

印 次: 2013 年 10 月第 1 次

ISBN 978-7-5634-5799-1 (民文)

定 价: 59.00 元

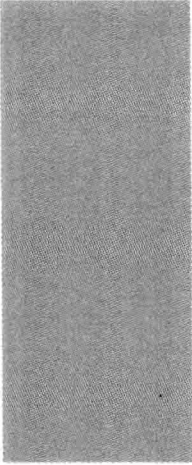
前言

推销是一门艺术，更是成就伟大事业的开端。据统计，世界上大多数的商界领袖都曾做过推销员。IBM 的创始人做了 22 年的推销员；麦当劳公司的创始人做了 17 年的推销员；福特总裁艾科卡做了 30 年的推销员；索尼创始人从一开始就充当推销员推销公司的产品；华人富豪李嘉诚、王永庆都曾做过与推销有关的工作。

推销和做人一样，推销是推销产品，而做人是推销自己。在向顾客推销产品时，首先要学会推销自己，只有向顾客展现出超凡的人格魅力，才能获得对方的认同，只要获得对方认同，成交自然会变得更容易。

推销是一种极具挑战且技巧性很高的职业。推销员从寻找顾客开始到达成交易，需要与顾客进行重重的心理博弈。因此，推销员必须摸透顾客的心理轨迹，审时度势，不断强化其购买动机，采取积极有效的推销技巧去激发顾客的购买欲望，敦促顾客进行实质性思考，加快其决策进程。

想要成为冠军推销员，没有流利的口才是不可行的。但是，只有在推销过程中合理运用口才，才能获得成功。没有客户会喜欢那些不顾对方感受，滔滔不绝推销产品的推销员。因此，客户说话时，不要去打断他，自己说话时，要允许客户打断你。



作为一个成功的推销员，信用是最大的本钱。所以，推销员一定要遵守职业道德。提高业绩是推销员追求的目标，但为达成业绩而不择手段，置商业道德于不顾是错误的。非荣誉的成功，只会为未来种下失败的种子。

推销的最终目的是成交。要想成为冠军推销员，不仅要拥有良好的心态、坚定的信心和百折不挠的勇气，最重要的是娴熟的销售技巧，了解顾客的购买心理。本书从专业角度为读者一一破译冠军推销员快速成交的密码，获取成功的奥秘。以求帮助广大销售人员问鼎冠军宝座，实现财富梦想。