

销售的艺术

尚丰◎著

完美呈现绝对成交的8大秘诀

XIAO SHOU
DE YI SHU

资深培训师倍受赞誉的销售课程精华
一部经过验证、条理清晰、步骤明确的销售实战手册
让你完美展现销售技巧与魅力



立信会计出版社
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

销售的艺术

尚丰◎著

完美呈现绝对成交的8大秘诀

XIAO SHOU
DE YI SHU



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

销售的艺术 / 尚丰著. —上海: 立信会计出版社, 2014.5

(工商智库丛书·营销技能培训)

ISBN 978-7-5429-4170-1

I. ①销… II. ①尚… III. ①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 044258 号

策划编辑 蔡伟莉

责任编辑 蔡伟莉 何颖颖

封面设计 水玉银文化

销售的艺术

出版发行 立信会计出版社

地 址 上海市中山西路 2230 号

邮政编码 200235

电 话 (021) 64411389

传 真 (021) 64411325

网 址 www.lixinaph.com

电子邮箱 lxaph@sh163.net

网上书店 www.shlx.net

电 话 (021) 64411071

经 销 各地新华书店

印 刷 北京市庆全新光印刷有限公司

开 本 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 13.5

字 数 210 千字

版 次 2014 年 5 月第 1 版

印 次 2014 年 5 月第 1 次

书 号 978-7-5429-4170-1/F

定 价 28.00 元

如有印订差错, 请与本社联系调换

前段时间，在报纸上看到一篇报道，说销售工作已经成了大学生找工作的“禁区”。作为一名职业的企业培训师，我心中不禁感到很沉重。

之所以有这么多的人都觉得销售是一件很苦的差事，大概是认为从事销售工作往往吃力不讨好，颠沛流离，四处奔波，睡觉想着米缸，做梦扛着销量。同时又觉得销售是没面子、不稳定、缺少技术含量的“三无”工作，所以很多人在销售工作面前退避三舍。

其实，销售工作是世界上最具有挑战性的工作之一。一位销售大师曾经说过：“只要具备了成功销售的能力，你就拥有了白手起家成为亿万富翁的可能。”

但是，销售并不是一件轻而易举的工作。销售是一门艺术，是一门需要高超技巧的艺术，也是一门需要付出艰苦努力的艺术。

作为一名老资格的销售人员，我曾经在建材、IT、电信、广告等诸多领域的销售一线从事多年

的销售及管理工作。在做好销售管理的过程中，我发觉大部分销售人员都没有掌握行之有效的、具备优势的销售技能与策略，因为销售学属于易学难精的学科。

后来，我通过偶然的进入咨询顾问行业，几年来培训了数以万计的销售人员。在培训的过程中，与学员亦师亦友，通过连续对近千名销售学员的跟踪与访谈，把他们的优秀经验编撰成了今天的教学案例，并用部分教学内容编写了这本书，传播给关心培训、热爱营销的朋友，希望能够给大家一点启示。本书编写过程中得到以下人员的大力支持，在此一并致谢：郑春蕾、李海真、杨兴慧、陈红梅、胡宁、谢伯韬、陈丽华、陈永聪、谢雪墩、蔡巍、尚丰。

如果大家能够从本书中得到一点启发，能够因此书而在销售上有一点点进步，我会感到十分欣慰。

祝愿各位朋友能够把握自己的销售优势，在销售的道路上越走越成功！

让客户厌恶的 5 种销售人员画像

虽然销售被称为一门艺术，但在现实工作中我们很多的销售人员做得却不是那么“艺术”，就如下面所列的几类客户不喜欢的销售人员那样，在此罗列出来，与大家“分享”，同时请勿对号入座。

死缠烂打型

坚持不懈是个好习惯，但过了头就成了死缠烂打，令人厌恶。

曾经有一位销售人员向我推销投影设备，我反复地拒绝他，可他还是死缠烂打、三天两头往我办公室跑，而且，一坐就是大半天。某天，我到另外一家咨询公司拜访一位朋友，在他宽敞的办公室，赫然看见里面坐着一个熟悉的身影，我想，这家伙怎么又跑这儿“坐禅”来啦？

这小伙看见我，说：“噢，尚总啊，我认识。”我装出高兴的样子，和他握了握手，然后，我和朋友开始聊天。他居然完全没有主动离开的意思，不声不响地当了半天旁听，我们也不好意思赶他。下班时间到了，他站起身，对我朋友说：“今天打扰了，过几天我再来。”他走后，朋友

看着我苦笑说：“不知哪个傻老板雇的他，唉，真是……”

客户的真实感受 厌恶，没有好印象，就算以后有需求想买同类产品，也不会从他这里购买，最好立马从我面前消失，永不见面！

客户忠告 如果我反复说明没有购买需求，请你能主动离开我；如果想保持联系，期待以后的购买，请采取让我能欣然接受的方式。比如，过年过节送我张贺卡，时常给我发 E-mail 什么的，或者有新产品再和我联系等。你这样对我一直不离不弃，我会感到有歉意，一旦有购买需求，我会立刻想到你。如果采取死缠烂打的手段，我坚信我永远不会从你那里购买产品的！

自我感觉良好型

优秀的销售人员贵在有清晰的判断能力，知道什么时候客户被打动了，什么时候客户在敷衍。

当我还是一名行政经理时，有一天，我去别的部门办事，路过总经理办公室时我伸头打个招呼，不想总经理突然绽开灿烂的笑容，大声说：“尚丰，你找我吗？快进来！”因为我的工作是由主管行政的部门经理汇报，所以和总经理没有直接的工作接触，我很惊讶他如此热情，本来没什么事找他，也只好走进去了。

进门后，总经理悄悄对我努了努嘴，我顺着他的目光看过去，对面坐着个时髦的美女，跷着二郎腿，嘴里叼着一支长长的烟卷，那优美的小烟圈儿一圈一圈地直往总经理脑门上撞，在他头上开出一朵朵的花……

（可怜啊，总经理自己不吸烟，真难为他了。）

总经理对我说：“这是某某公司市场开拓部的戚小姐。”转过头，又

对美女介绍：“这是我们公司负责采购的尚经理（天晓得，我什么时候改行做采购了），有什么事找他就行了。”

我微笑着说：“请跟我来……”

美女和我握了手，好有劲！香气一直在我手上留了好长时间，以致我被好几个同事问是不是有什么艳遇。



客户真实感受 唉，我作为一名男性总经理，不喜欢生硬地拒绝年轻漂亮的女孩，怕她面子薄，承受不了被拒绝的压力，所以不好意思直接回绝。我就希望她自己能知难而退，保全她的面子。可是，她就是自我感觉良好。她那么“风姿绰约”地坐在我的办公室里，给我在公司的威严造成了多么严重的影响！她这个样子出现在我的办公室，我都不敢从她手里买东西，怕别人说闲话。你说，她怎么就不开窍呢？幸亏今天某某撞进来了，呵呵，让他去处理这个烫手的山芋吧！

客户忠告 我希望销售人员可以听得懂我的话外音，能够知道我的真实感受。我希望她能知道我不吸烟，不要做让我厌恶的事情。我希望她能珍惜我的时间，不要总认为她长得漂亮就能有什么特权。我希望她要把自己当作专业的销售人员来公事公办，而不要自以为是地靠美色赚钱，重要的是不要破坏我的领导形象。

不知好歹型

销售人员是为客户提供产品服务的，可有的时候，他们竟然不晓得自己在客户面前应该保持什么身份，让客户大怒！

有一位朋友给我讲过一件真实的事情。有一天，王先生正在上班，电话铃声突然响起……接起来听到的是一个年轻的女孩声音：

“你好，这里是美国 ×× 公司，请问你们经理是谁？电话号码、通

信地址、办公室地址，请问你们企业注册资本……”

“我为什么要告诉你？”王先生感到非常莫名其妙。

“噢？我再说一遍，我们是美国××公司，我们××公司可是很著名的，你没有听说过吗？你能告诉我你们经理是谁吗？”

“我为什么要告诉你？”其实王先生的公司正使用着该著名的××公司的产品。

“噢？你为什么不可以告诉我？人家别的公司都是很愿意告诉我们的？这样方便他们买我们的产品，你们为什么这样不合作呢？”

王先生只有晕倒的份儿，自此对这家著名公司的印象大打折扣。

还有一件我亲身经历的事情。网上经常有陌生的朋友向我咨询培训的事情，所以有人加我的MSN，我就让他加进来。一天，有一位老兄加了我的MSN。他上来就问我可不可以回答他3个简单的问题。我以为他要请教培训或者营销问题，就答应了，然后他问了我3个有关是否购买保险的问题。我看到这3个问题，没有直接回答，而是感觉受到了愚弄。我反问他是什么目的。他回答说：“我是做保险的，希望能帮到您。”我对他说：“那就对不起了。”然后就不再理他。一会儿，他又不甘心地问我为何生气，是他的方式不对，还是不喜欢保险，他只想帮助我。我心一软，就回答了他真实的原因：“保险是好东西，我肯定要购买，而且已经购买了，今后还会再购买。我也不讨厌卖保险的人。但是，第一，你在请我回答问题的时候并没有说明是回答哪类问题，我有权利在回答前知道是什么问题而选择是否回答，我觉得你有愚弄我的嫌疑；第二，保险业务员千千万万，我从谁手里买都可以，如果你希望我购买你的保险，就不该让人觉得盛气凌人，开口就是3个问题，还不说明来意。”



客户的真实感受 我购买了你的产品，我就是你的上帝，理应你感谢我，而不是你来要求我感谢你，到底谁是谁的上帝呢？

客户忠告 销售就是你卖我买的过程，是互惠互利的，不能单方面说

是谁帮助谁，谁要感谢谁。我购买了你的产品，我已经给你付了钱，所以我感谢你我是好心，我不感谢你也是正常的。而我购买了你的产品，帮你完成了销售任务，你就得一定要感谢我。如果一名销售人员感谢我的购买，我就愿意从他那里买东西；而另外一名销售人员不主动感谢我，反而让我感谢他，那我觉得我没有必要花钱做这个吃力不讨好的事情。

呆傻木愣型

优秀的销售人员要给客户专业的良好印象，呆、傻、愣都会给客户以不放心的感觉，客户怎么敢从他手里买东西？

有一名年轻的销售人员，随同主管一起来拜访我，我当时任某外企营销总监。他一身名牌，发型时髦，却像根棍似地戳着，都不知道找把椅子坐下来，微笑也不会，面部肌肉僵化，像是在接受审判似的。在他的主管讲方案的时候，他还把光线给挡了。后来在整理资料时，他又把摆在桌上的水碰翻了，他的主管发火了。看他的表现，我们也是哭笑不得，哪来这么一个傻瓜呢，浪费了这一身好行头。

还有一个公司的销售代表，30多岁的年纪。他第一次来拜访客户，竟然穿着皱巴巴的衣服，就像是好多天没洗了一样，老远就闻到汗臭味。最让人难以忍受的是，他竟然想用手指缝满是黑泥的手来和我们有洁癖的女上司握手。天哪！当场，女上司就面带不悦。



客户的真实感受 呆傻木愣的销售人员，让我不放心从他手里买东西。我害怕他的售后服务是否能到位，更担心他给我的产品是否有问题。如果从他手里买东西，我总害怕会上当受骗。

客户忠告 来向我推销产品时，穿的不一定要很时髦，但一定要干净，要有礼貌，要手脚麻利，不要给我们以不专业的感觉。

咄咄逼人型

也许是受某些人的鼓吹，一些销售人员认为口才好才能销得好，口才好就要像辩论赛里的一辩、二辩、三辩一样把客户逼得不能还口，客户没有话说了就只有掏腰包了。殊不知，客户还有一个选择就是扭头就走。咄咄逼人型的销售人员的典型症状：

“我怎么样……”

“但是……”

“为什么？”

直勾勾地盯着客户，用手指头指指点点，敲桌子。

不会引导，只会一味鼓动，“你想不想……”迫不及待地打断对方。

有一名电话业务员向我推销 IP 电话，我回答说不需要。

然后，他问我：“为什么不需要？你们的客户不是遍布全国吗？”

我说：“是的，但是我们已经有了 IP 卡，对于你的 IP 电话我不需要。”

他又问：“为什么你不能把 IP 卡换成更方便的 IP 电话呢？你肯定需要的。”

我回答：“我不准备购买 IP 电话，请别耽误我的时间。”

他还不甘心，继续追问：“你干吗不购买呢？能告诉我原因吗？”

我终于发火了：“我就是不买，再见。”然后把电话挂了。我知道这么挂掉电话很不礼貌，可是对这种咄咄逼人、不懂进退的家伙，我实在没有耐心奉陪到底了。

还有一次，在一次招标会上，和我们一起竞标的 A 公司的代表王先生，就采取了咄咄逼人的方法。对于客户提出的问题，他总是直接阐述问题产生的本质原因——是客户方自身专业度有限造成对问题的不理解，把客户老总的脸弄得一阵红一阵白的，下不了台。结果可想而知，作风温和的我轻而易举就中标了！



客户的真实感受 销售人员要懂得进退，不要一味地紧逼。把我逼急了，让我下不了台，没有面子，我就更不可能给你订单了。销售人员只知道问我为什么，却不懂得说明白为什么值得我购买，我不知道为什么要购买，当然就不可能买了。

客户忠告 销售过程中要时刻注意保护客户的颜面，只有让客户觉得购买你的东西他有面子，才能给你单子。



引 言 **让客户厌恶的 5 种销售人员画像** / 001

第一章 **要么“变态”，要么失败**

心态和技巧，哪个重要 / 002

状态决定成败 / 003

为销售行为增添魅力 / 006

把自己锤炼成专家 / 010

销售，你准备好了吗 / 017

第二章 **客户购买的仅仅是商品吗**

“心中无剑”的销售境界 / 022

没有人喜欢邋遢 / 026

学会与客户“调频” / 029

减去塑料袋的重量 / 033

“未雨绸缪”见细节 / 036

第三章 **迈好销售的第一步**

培养“发现客户的眼睛” / 040

打一场销售的“人民战争” / 041

- 看准拜访的“点儿” / 044
- 接近客户要“费心” / 045
- 非正式场合下的“狩猎” / 056
- 谁是真正的客户 / 058
- 聪明的邀请信号 / 061
- 寻找自己的“志愿销售人员” / 062
- 成为销售界的“FBI” / 065

第四章 准确地定位客户需求

- 销售不能“对牛弹琴” / 070
- 定位客户购买的7个阶段 / 074
- 打开客户的心扉 / 079
- 鱼儿喜欢吃冰激凌吗 / 082
- 给客户找一个购买的理由 / 084
- 应对客户的4种负面心理 / 087
- 掌握人性需求的差异 / 093

第五章 抓住销售问答这把金钥匙

- “暖风中的微醺” / 106
- 学会使用“移情法” / 107
- 产品推介的“四则运算” / 120
- “欲扬先抑”的全面介绍 / 124
- 抢先占领客户的立场 / 125
- 卖个“故事”给客户 / 126
- 用设问来辨别客户的拒绝 / 129
- 消除客户的“逆反心理” / 130
- 学会用数据说话 / 133
- “偷换概念”销售法 / 135

第六章 遇到“危机”向右走

“向左走”还是“向右走” / 142

解决“萌芽中的问题” / 144

对症下药“根治”不满 / 145

客户有面子，自己有单子 / 147

消除异议的技巧 / 149

鱼与熊掌不能兼得时 / 151

欢迎你，打败你 / 156

第七章 临门一脚最关键

培养敏锐的成交嗅觉 / 162

客户需要成交的感觉 / 165

不要害怕向客户要订单 / 167

促使成交的“13种武器” / 169

只卖“个性”和“特色” / 175

“暧昧”的暗示 / 177

换一种方式到达终点 / 180

第八章 让客户离不开你

经营客户就是经营人心 / 188

主动提供优质的售后服务 / 189

不要忘了服务升级 / 192

简单问候不可少 / 195

完美的结尾 / 196

XIAO SHOU DE YI SHU

第一章 要么“变态”，要么失败

经济学方面的书第一章都要讲为什么会产生经济学，给出的答案是资源稀少，所以市场竞争的本质是资源竞争。

在资源竞争的环境里，纯熟的销售技巧并不能够保证你的销售成功。能否成功推销在很大程度上取决于销售人员面对动态的市场态势，是否具备相应的自我调节能力。一名销售人员在销售的路上，要么“变态”——调整并改变自己的行为与心态，要么接受失败！

心态和技巧，哪个重要

“一个健全的心态，比一百种智慧都有力量。”

——狄更斯

我是一名职业的企业培训师，在为一些企业做培训的时候，经常有一些销售人员对我说：“尚老师，您来给我们上课真是太好了，您把您的销售绝招全教给我们，我们做业务就好做，业绩肯定就上去了！”

我听到这些话，总是被他们的那份销售热情所感动。在我的培训经历中，说起销售，大部分人总是对如何提高销售技能特别感兴趣，似乎这是成功销售的唯一秘笈。实际上，能否成功销售在很大程度上取决于销售人员心态的改变与成熟。

从这一点上说，做销售和体育比赛有相通之处，如果说技能是取得胜利的基础，那么在势均力敌的情况下，夺得冠军的最重要因素就是坚持的心态。无数体育明星夺冠的例子无不昭示了这一点。

所以，我总是对他们说：“对于一名出色的销售人员来说，要做到内外兼修。外在的技巧是重要的，但更重要的是要有一个好心态，这一点比学会一些销售技巧更重要。一名销售人员只有心态改变了，思维才会改变；思维改变了，行为才会跟着改变。”

作为美的集团的外聘讲师，我为美的集团的业务人员已经服务了5年。2006年听我课程的多数一线销售人员都已经从一个青涩的销售专员成长为带队的经理或部长，从青涩到成熟，在心态的调整上，也是一个历练的过程。多年后的今天，很多学员和我已经是亦师亦友，其中一个