

资深销售人员倾囊传授“成交的秘密”

销售 真的很简单

“搞定”了人就搞定了销售

李平 编著



销售真的很简单

销售

李平 编著

真的很简单

图书在版编目(CIP)数据

销售真的很简单 / 李平编著. — 北京: 中华工商
联合出版社, 2012. 7

ISBN 978 - 7 - 5158 - 0207 - 7

I. ①销… II. ①李… III. ①销售 - 通俗读物 IV.
①F713.3 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 118193 号

销售真的很简单

编 著: 李 平

责任编辑: 吕 莺 郑承运

封面设计: 白立冰

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: 三河市杨庄镇明华印装厂

版 次: 2012 年 10 月第 1 版

印 次: 2012 年 10 月第 1 次印刷

开 本: 710mm × 1000 mm 1/16

字 数: 260 千字

印 张: 15

书 号: ISBN 978 - 7 - 5158 - 0207 - 7

定 价: 29.80 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>

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

有商业的地方，就有销售。一个优秀的销售员是公司、企业最为宝贵的资产，实践证明，大凡成功的企业家、管理者，都有过成功的销售经验，或者靠做销售起家。因为销售可以改变人、磨炼人，甚至成就人。

但销售却是门槛低、不容易做好的一门职业。销售员中99%是失败者和平庸者，只有1%的人能够获得成功。其中的理由很简单，绝大多数人在无数次的失败后绝望地放弃了，还有一部分人终因吃不了那份苦半途而废，只有那些痴迷于竞争和挑战、渴望享受成功的喜悦、顽强而执著地坚持到底的极少数人，在历尽千辛万苦以后才能站在新的起点，成就自己的销售人生。

所以，选择销售，就是选择执著，选择挑战，选择成功。

经常听到销售人员抱怨：订单难成，业绩难升！一提到订单，更是让许多销售人员头皮发麻，脚发软。要知道，一次成功的推销不是一个偶然发生的故事，它是学习、计划以及一个销售代表的知识和技巧运用的结果。因为销售是可以学习的，只要方法正确，把握住销售的核心——搞定了人，就可以搞定客户，搞定销售。

顶级的销售员没有顶级的智慧，有的只是简单的方法！不管你是销售新人，还是一名老销售员、老业务员，从现在开始，要学会用简单的销售方法去提升自己的销售力，改为自己的销售人生。

也许你依然打着领带、穿着西装，手提公文包，不分寒暑，行色匆匆却目色茫然地穿梭于闹市、楼宇；

也许你像“幽灵”一样，日出而作，日落而息，心力交瘁了一天，还要躲在

床上拍着脑门为痛失客户懊恼不已；

也许你依旧逢人便是客，坚持发扬“跑断腿，磨破嘴”的精神，如痴如狂地进行着精神与肉体上的双重修炼：

.....

一个累坏了的销售员也是一个差劲的销售员。《销售真的很简单——“搞定”了人就搞定了销售》将告诉你顶级销售员是如何用简单的方法完成复杂的交易的。

本书没有空洞乏味的理论教条，也没有泛泛而谈的陈词滥调，而是更多地从心理视角层层深入，步步展开，以通俗易懂的文字，辅以丰富的事例，进行精辟的方法讲解。各个章节逻辑次序分明，语言平实，并对各节要点进行了精要提示，便于掌握与学习。

本书提出的各种方法、技巧、谋略简单实用，可操作性强，是销售人员不可多得实用读本。同时，本书也适合其他各类人员参考，如，导购员、营业员、促销员、门店老板，以及商场的管理者等。

·1· 销售是挑战性的职业——销售是勇敢者的事业	001
销售不是简单的卖产品	002
销售是一种科学	005
销售是一种艺术	008
销售是一种态度	010
销售就是推销自己	013
销售就是为了“搞定”人	018
销售是成功的最佳捷径	021
·2· 好形象才有好业绩——喜欢你，才会喜欢你的产品	025
塑造良好的第一印象	026
小边幅，大问题	028
穿着也能为你加分	030
体态左右你的状态	033
打好名片这张牌	036
微笑是最好的礼遇	039
让有激情成为一种习惯	042
把自信亮给客户	044
绝不作自贬身价的事	047

·3· 学会与“不”打交道——“薄脸皮”也能做好销售	051
成功销售从拒绝开始	052
失败，没有任何借口	055
灵活应对客户的婉拒托辞	057
有目标就没有失败	061
找到拒绝背后的原因	063
最需要恐惧的是你自己	066
培养超强的心理调节能力	069
坚持是成功的终极法则	072
·4· 细处读懂客户的消费心理——争取客户要先研究客户心理	075
争取客户要先研究客户心理	076
“嫌货人”才是买货人	078
读懂客户的身体语言	081
识破客户笑语中的玄机	083
巧从着装判断客户的购买力	086
给客户优惠的技巧	089
把握住客户释放的成交信号	090
必知的七类客户消费心理	093
·5· 有效说服要从心开始——懂人情，更要明个性	097
开场决定终场	098
引导客户多做肯定回答	101
绝不代替或“逼迫”客户做决定	104
永远不要跟客户争辩	106
倾听是另一种动听的语言	109

巧妙答复客户的异议	113
及时排除客户的成交疑义	117
利用好顾客的心理“缺陷”	122
·6· 方法比努力更重要——找到合适的方法就能成交	125
幽默是成功销售的润滑剂	126
避免无效的销售话语	129
学会牵引客户的思路	132
多做有效的展示	135
做好销售日记这本账	138
成功预约客户的8法	141
·7· 把客户当“情人”——关系决定成交	145
人脉即销售的命脉	146
喜欢你，才会喜欢你的产品	149
不要只把产品卖给顾客	152
谈感情比讲道理重要	155
肯定并赞美你的顾客	158
寻找并培养你的准客户	161
先做好熟人圈的生意	165
先做朋友，再做生意	168
不可不知的250定律	171
·8· 价钱永远要最后谈——谈判是“暗战”不是对话	175
先谈价值，后谈价格	176
把握住签单的最佳时机	178
摸清客户侃价底线	182

灵活拒绝客户的无理出价	185
以退为进谈价策略	188
化大为小谈价策略	191
成交不是销售的终点	194
将回款风险降到最低	197
·9· 必须要敢啃“硬骨头”——敢谈别人不敢谈的生意	203
谈别人不敢谈的生意	204
谁吃透客户，谁就拥有市场	206
找到决定成交的“关键先生”	208
核心客户要优先“关照”	211
定期巡访关键客户	214
·10· 要学会“吃掉”对手——销售就是为了解决竞争	217
做个令人尊敬的对手	218
永远不要贬低对手的产品	220
矮化对手不如研究对手	223
向竞争对手要订单	226
“死嗑”不如“合作”	229

1

chapter

销售是挑战性的职业

——销售是勇敢者的事业

如果没有人卖出东西，商业就等于零！世上最不可或缺的职业就是销售！这项被称之为天下最具挑战性的工作，是成为富豪的必由之路。所以，销售不是简单地卖东西，它是勇敢者的职业，它让你平凡，不让你平庸；它步步充满挑战，会让你变得富有激情；它一路荆棘，却是迈向成功的最佳捷径！

II 销售不是简单的卖产品

销售是什么？

如果你去问10个销售人员，可能会得到10种不同的答案。每个人都会从不同的角度、以不同的思维去思考这个问题。也许有人会说销售就是卖东西、卖产品，一种很普通，却又需要不厌其烦地向人兜售商品的职业。

其实不然，作为销售员，应该对销售有着别样的理解。因为理解不同，境界就不同，最终的结果也会大不同。

举个普通例子。

A先生，做过3年销售，先后换过5个行业，业绩平平，日子过得紧巴巴，3年的销售经验让他越来越迷茫：就这么一个卖产品的简单工作，又没有什么技术含量，为什么就做不好呢？

B先生，做销售不到2年，只换过2个行业，业绩平衡提升，积累了一定的人脉资源，与不少客户都成为了好朋友，目前的收入也越来越丰厚。他认为销售不是简单地推销，或是卖什么产品，仅靠吃苦就想做好销售也是不够的，必须要学会动脑筋。

对于A先生来说，销售只是一份工作，一份帮别人卖产品的简单工作；但对于B先生来说，销售本身的意义远远越出了工作范畴，让他在工作中体现出了一种职业精神。

优秀的销售员，总是在工作中能体现出他的个人智慧、信念，以及各种优秀的品质。好的销售员卖的都不只是简单的产品。

如果你卖的是服务，卖给客户的是文化、理念、观念、信心、健康、舒适等。

如果你卖的是服装，卖给客户的就是信心和面子。

如果你卖的是护肤品，卖给客户的就是漂亮、美丽和青春。

如果你卖的是汽车，卖给客户的就是安全、品味和身份。

如果你卖的是房子，卖给客户的就是温暖、温馨和家的感觉。

作为卖产品给客户的销售人员，许多时候，卖的不只是客户表面上的需求，而是更深层次的精神上的需求。

如果时光倒流20年，凭借A先生吃苦耐劳的精神，他一定会成为一个优秀的销售员，但是，时代在变迁，人们的消费观念、生活理念都在跟随着变，只凭借干劲儿、闯劲儿，以及满腔的热情是未必能干好销售这份工作的。

所以，在做销售之前，应该先好好了解下销售这份工作的内涵。

1. 态度改变一切

没有不好的客户，只有不好的态度。要做好销售，首先要有一个好态度。

从某种意义上说，销售是一个“求人”的职业，多数时候处于被选择、被排斥的一方。作为选择的一方，客户固然更喜欢态度良好，并有良好职业素养的业务员，或是销售员。

积极的态度，会体现出销售员乐观豁达的人生观，会给客户留下良好的印象，使其乐意与你沟通，进而与你建立起初步的互信。

2. 一流销售靠品牌

做销售，你认识谁不重要，重要的是谁认识你。

优秀的销售员，都善于建立个人品牌，品牌意味着声誉。只有树立起个人的品牌，客户才更愿意主动打电话来找你。所以，个人品牌是创造客户忠实度的最有效途径。那么什么是个人品牌呢？说简单点，就像是市场上交易的商品，只有货真价实，品质优良，才能越来越受到人们的青睐，才能不断提升美誉度，才能逐渐产生品牌效应。

有句话叫“一流企业卖品牌，二流企业卖服务，三流企业卖产品。”做销售的道理也是一样的。只有三流的销售才会注重卖产品本身，一流的销售更注重卖个人品牌。

3. 人脉决定财脉

一个优秀的销售员，必定是一个人脉广泛，并且十分会来事儿的交际高手。因此，优秀的销售80%的时间都在与人打交道，他们不放过任何一个可能的机会，只要有机会，他可能就会成为别人的朋友。

俗话说，人脉决定财脉。这对销售来说，有着特殊重要的意义。

做销售就是与人打交道，只要“搞定”了人，就没有完不成的业务。一般的销售员总是怕与人打交道，怕被拒绝，怕失败，理由也很简单——哪有时间与人交往？其实光从这点就认定他不是个称职的销售员。

做销售，首先要有大把的时间与人打交道，一个吝啬时间与人交往的销售员注定业绩平平，缺少人脉，可以成交的业务就更少得可怜。

4. 人品胜于产品

人字很好写，但做人却难。

不同性格的人都可以做销售，都有可能取得不同程度的成功，但是，人格一旦出了问题，别说做销售，做任何工作都会阻力重重。

优秀的销售，不仅在客户面前要体现出自己人格的魅力，在平日里更要注重个人人格魅力的培养。好人品是一笔无形的财富。当客户这样评价你的时候，你就成功了一半。

“这个销售员人品不错。”

“这小伙儿挺会做人。”

……

相反，总是让客户私下抱怨：“这人太差劲了。”那么你在客户心中，形象就会大打折扣，销售的成功率也就可想而知。

不论销售什么产品，只要你的人品有问题，产品也会成为“问题产品”。

一个人在没有很好地理解一件事情之前，要想把它做好是很难的。销售工作也是如此。可以这样说，你对自己所从事的工作理解得越全面、越透彻，那么做好这份工作的把握性就越大。

但在王牌销售员，或是资深销售员眼中，他们看到的却是人——以发现、挖掘顾客的需求为中心而不是以卖产品为中心，这是我们做好销售、提高业绩必须

认清的一点。

记住，如果你不懂得满足客户需要，你就无法销售；如果你没有说服力、影响力，你也无法销售；如果你不懂得售后服务，那你还是无法销售；如果你不懂得倾听，那你就更无法销售。

销·售·谏·言

使用双手的是技工，使用双手、头脑与心灵的是艺术家，使用双手、头脑、心灵再加上双脚的才是销售。

II 销售是一种科学

凭经验可以把一件事情做熟，但是要把一件事做到位，做到极致，即通常所说的出类拔萃，就要靠方法与智慧。任何行业，当然也包括销售在内，成功者背后所做的每一件事都遵循着这样规律。

许多人认为，销售技能的提高，主要依赖于自身经验的积累，并且是一个长期自我摸索、自我觉悟的过程，与外在的因素没有多大关系。因此，销售员的成长应当取决于经验。在做销售之前，你也有必要了解这种观点，同时，也应认识到这种“经验论”会对个人成长产生哪些束缚。

1. 学习困难

正因为是经验，要带有极强的个人特点，从别人身上学习起来相当困难。再说，销售体现了一个人的综合素养，别人的经验，未必会适合你。经验可以帮你走捷径，但想让自己提升一个层次，必须学会摸索属于自己的新的东西。

2. 提升困难

师傅带徒弟的模式在入门阶段有一定的作用，待销售员成长到一定阶段，别人的经验就没有多少借鉴的价值了。如果不注重方法与技巧的学习，很容易形成成长的瓶颈。任何行业的知识都是没有穷尽的，只要善于学习，总是能够从经验以外学到有用的知识，用这些知识不断充实、提升自己，远比靠摸索经验更容易把握自己的方向。

3. 易走极端

一味靠经验很容易走极端。有些销售员总以为靠着经验一路走来，借着经验再一路摸下去，是成功的不二法则，从而忽略了对销售这门学问的深入学习与研究，这是许多销售员一贯的错误做法。许多销售最终在这行干不下去，不是因为自身能力有问题，而是太过依赖经验，从而逐渐丧失了主动学习的能力，最终被淘汰。

做哪一行的道理都是一样的，仅仅凭经验只能把工作做到位，想更进一步，必须要学习正确的方法。只有凭方法与技巧做销售，才能事半功倍，才能如鱼得水。

所以，销售应当被作为一种科学，一种方法来对待。工作中，要学会发现销售的一些规律与技巧，并在规律与技巧的指导下，不断的改进销售工作，提高销售业绩。

这样的规律已经不断的被我们所发现。

如，销售的成长周期、销售的价值显性与隐性、销售动作分解、销售心理学、销售模式的建设等，越来越多的事实证明，成功的销售在某些方面都体现出它们的一些共性。这些共性主要表现在：

1. 创新销售模式与技巧

经过科学的研究，我们已经破解了各种销售模式下的各种销售技巧，并且可以更加合理的设计、加工、创新这些技巧，使得它适应更多销售人员的需要。在此基础上，我们还可以提供更加有效的教育方法与手段，使得在传授、接受两方面都得到快速的发展。这已经从根本上打破了对个人经验的依附——过去“一对一”的师傅带徒弟方式。

2. 体现集体智慧

成功的销售员身上总是能体现出集体智慧的影子。越来越多的公司建立了内部销售技能的研发、培训机构，专职于研究销售模式的建立以及单兵技能的强化，使得集体经验的积累、优秀方法的普及、新技能的创新得到了提高。

3. 提升工具化水平

销售的科学性体现在另一个方面，就是大幅度提高销售的工具化水平。我们可以将销售过程、销售动作的关键细节，以及那些基础的、规律性的技能，通过工具化的形式固定下来。借助工具的形式可以最大限度地传授给销售队伍。

4. 便于科学管理

销售的科学性从根本上解释了“技巧”的产生，我们可以系统的，像基因排序一样去设计销售流程、销售动作。并能够在此基础上，真正鉴别出管理的关键结点、环节，并有针对性的设计管理的手段及方式。

所以，销售是一门专业性很强的职业，不是动动嘴皮子就可以做好的工作。越是资深的销售越注重学习新的技巧与方法，越注重发现销售过程中的各种规律。

对于普通销售员来说，从一开始就要有“销售是一种科学”的观念，在学习别人经验的同时，要多注意观察、总结销售过程中的问题，并提出有针对性的方法或是解决方案，就像是一个优秀的标枪运动员，在追求投掷距离的同时，至少要知道一些最基本的投掷原理与技巧，否则徒有一身力气，也使不对地方。

销·售·谏·言

做生意，不是长一张嘴就能做成功的。同理，做销售不是会卖东西就可以掌握成交的精髓。

II 销售是一种艺术

销售是一门艺术性很强，同时也是一份门槛低，却最难做好的工作。如果随便找人问：“你愿意做销售吗？”得到的答案多数是“不”。

许多人只有实在找不到其他合适的工作，才会去考虑做销售。但干一段时间不是不适应，就是受不了被人拒绝的尴尬与无奈，从而对销售这份工作又恨又怕。对销售工作持有这种态度的人，只会把销售作一种谋生手段，而丝毫不能从中获得一点满足感与成就感。其实销售工作也是一种艺术。

所谓艺术，其主要目的是为了满足人的主观与情感的需求。只有对销售工作怀有一定热忱与感情的人，才能从销售工作中获得快乐，才能在工作中体现出销售的艺术性。如果一个人能将销售当艺术来对待，那他注定会变得不简单。

销售的艺术性主要表现在：

1. 人际的艺术

戴尔·卡耐基认为，专业知识在一个人成功中的作用只占15%，而其余的85%则取决于人际关系。说的形象点，销售员处世的艺术，类似于谈恋爱，不能只靠胆大、心细、厚脸皮，还需要讲究策略与方法。

销售绝不是一个人唱独角戏、一味拼命的埋头苦干，而需要学会“借人”、“借势”，打造一个销售关系网。成功的销售员，都善于做人、处世，善于在交往中积累人脉资源。只有做到圆通有术，左右逢源，进退自如，才能挖掘到潜在的客源，才能获得更多成交的机会。

有一条古老的商业格言说：“条件一样，人们想和朋友做生意；条件不一