

周 斌◎著



DI YI CI
ZUO XIAO SHOU
JIU SHANG SHOU

第一次

做销售就上手

实战案例 · 战术技巧 · 成交关键点拨

从新手到高手，给你一块成交敲门砖

新手销售入门第一课



西苑出版社
XIYUAN PUBLISHING HOUSE

DI YI CI
ZUO XIAO SHOU
JIU SHANG SHOU

第一次

做销售就上手

周 斌◎著



 西苑出版社
XIYUAN PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

第一次做销售就上手 / 周斌著. —北京 : 西苑出版社, 2012.9
ISBN 978-7-5151-0284-9

I . ①第… II . ①周… III . ①销售 - 方法 IV .
① F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 196264 号

第一次做销售就上手

著 者 周 斌

责任编辑 王秋月

出版发行 西苑出版社

通讯地址 北京市海淀区阜石路15号 邮政编码: 100143

电 话: 010-88624010 传 真: 010-88637120

网 址 www.xiyuanpublishinghouse.com

E-mail: woyaozhenggao@126.com

印 刷 北京中印联印务有限公司

经 销 全国新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

字 数 245千字

印 张 16

版 次 2012年12月第1版

印 次 2012年12月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5151-0284-9

定 价 32.00元

(凡西苑出版社图书如有缺漏页、残破等质量问题, 本社邮购部负责调换)

版权所有 翻印必究

序一

周斌先生所著的《第一次做销售就上手》即将付梓，欣闻此消息的我感到非常欣慰，因为这是他长久以来的一个小小愿望，也因此，头一次写序的我也有些忐忑，希望不会让大家失望。

我们都知道，在社会经济生活中，销售是一种具重要意义的经济行为。销售是创造、沟通与传送价值给顾客，及经营顾客关系以便让组织与其利益关系人受益的一种组织功能与程序。可以说，销售就是介绍商品提供的利益，以满足客户特定需求的过程。

对销售人员来说，提升自己的销售业绩是每个销售人员所追求的目标，值得一提的是不断完善销售技艺，才能取得令自己满意的成绩。

所以，要想成为一名优秀的销售员，仅仅拥有对销售工作的一腔热情是不够的。销售员还必须具备良好的个人素养。包括：良好的心理素质、高超的语言艺术和谈判技巧、准确的分析判断能力、一流的沟通能力，灵活的应变能力等等。所有这些能力都不是与生俱来的，必须通过学习和实践的磨炼才能够获得。

《第一次做销售就上手》为销售人员量身打造，汇集诸多销售大师的经典案例，让销售人员从众多经典的场景中体会销售绝招的巧妙应用，简洁有力的语言，让销售人员一点就通；即学即用的销售技巧，助你迅速拿下订单、提高

大，谁能把自己卖到全国去，谁就是未来有影响力的领袖人物。

确实，无论你从事什么行业，你其实都是个推销员，都是在“卖”。画家卖美感、音乐家卖愉悦、政治家卖政见、企业家卖商品、作家卖故事、发明家卖发明、男人卖自己的才华和魄力、女人卖自己的美丽和气质……人生何处不是在“卖”！

销售，是一项伟大的职业

销售更是最名正言顺的“卖”的职业，这种职业是一种最能锻炼人、最有前途的职业，有过成功销售工作经历的人，其生存能力、适应能力、交际能力、谈判能力、读心能力、行动能力和达成目标的能力是其他任何工作都不能比拟的，因此有句话说“先做业务员后做总经理”，在国外甚至认为“推销是仅次于总统的伟大工作”。选择了销售，意味着选择了成功，当然中间需要一个漫长的征程。销售工作说起来简单，做起来难，重要的是要挑战自我，迈出第一步，迅速上手。

先推销自己，再推销产品

对于销售人员，特别是一些销售新手而言，当务之急是先将自己推销出去。我们知道商品需要进行精美的包装，才能吸引顾客的视线，才能更好地销售出去。销售员也一样，同样需要做好个人包装。这种包装反映在两个方面：

其一，是内在的包装，也就是突破心理障碍，社会上不少人认为销售需要有求于人，是一种卑微、上不得台面的工作，更有甚者，不少销售人员还存在一种“乞丐心理”，所有这些心理障碍都是首先应该扫除掉的。不破不立，只有突破了心理障碍，才能让自己的内心变得更强大，迎接推销过程中的风风雨雨。

序二

在买卖行为中，销售技巧是销售能力的体现，也是一种工作的技能，做销售是人与人之间沟通的过程，宗旨是动之以情，晓之以理，诱之以利。包括对客户心理，产品专业知识，社会常识，表达能力，沟通能力的掌控运用。沟通能力是一个销售人员最重要、最核心的技能，如何面对各种不同喜好、不同性格、甚至不同心情的客户，使对方有兴趣倾听，先接受销售员，进而接受产品，这是一项很专业的技巧。

周斌老师的《第一次做销售就上手》即将出版问世，这对于很多销售人来讲是个非常好的消息。作为销售培训界专家级的人物周斌老师一直致力于销售培训的研究，也可以说这本书凝聚了周斌老师的心血。这本书全面而又系统地介绍了销售实战技巧，书中从多个方面具体阐述：

心理素质过硬，形象得体——成功的销售者往往具备综合性的能力和良好的心理素质，这些难得的素质是：清醒的头脑、非凡的自信，聪慧的心智、明确的目标、顽强的毅力、得体的形象、到位的沟通、笑对挫折的勇气和秉承“精诚所至，金石为开”的销售态度。

了解产品、了解客户——对于销售人员来说，不了解自己所销售的产品，无论如何也说不过去。了解产品，了解客户，是每一名推销员都应该做到的，知己知彼，才能百战不殆。

成功约见，完美拜访——在拜访客户时，要发扬“四千精神”：走千山万水、吃千辛万苦、说千言万语、想千方百计为拜访成功而努力付出；培养“都是我的错”的心态：“客

户拒绝,是我的错,因为我缺乏推销技巧;练就面对客户拒绝“不害怕、不回避、不抱怨、不气馁”的“四不心态”。

销售谈判技巧——谈判沟通是双方智慧、心理、耐力的较量。它不同于赛跑,比的是谁先跑到终点。谈判需要销售员具备实力,更需要具备技巧和敏锐的思维以及判断力。

消除分歧、赢取共识——现在处于买方市场,所以就要求销售员不但必须对自己的产品了解透彻,而且需要透彻头彻尾地了解客户的所思所想,你只有掌握了客户的心理,才能满足他们的心理需求,实现产品的销售。

临门一脚,促成交易——在销售的过程中,客户通常会释放出形形色色的成交信号,销售人员要想读懂这些信号,可以说是“运用之妙,存乎一心”。不过,购买信号一旦出现,就要及时抓住机会,促进成交。拖延和犹豫不决只会让事情更加不可控。

收回货款才是真本事——回款是销售人员的核心工作之一,也是企业生存、发展的要素之一,只有不断提高回款质量,不断提高业绩,企业才能健康发展,自己才能快速进步,说“回款,高于一切”也不为过。

做好客户关系维护——要建立持久的客户关系,需要做好客户资源管理。客户资源是重要的人脉资源,它如同金钱一般,也需要管理、维护、储蓄和增值。如果管理不当,已有客户人脉资源就难以发挥应有作用,而如果运筹管理得当,则将能够使自己的客户人脉库释放出巨大的能量。

在充满竞争的时代,只知道挥洒汗水的劳动已经无法获得更大的成就。只有善于用智慧和知识充实自己的头脑,使你具有更加广泛的影响力,你方能更加容易成功。事实上,对于产品销售人员而言,其工作性质并不仅仅是在销售产品,更是在推销自己。

周老师的第一本书《智取订单》我是仔细拜读过的,真切地感受到非常实用和有效,欣然推荐给公司的每一个员工。喜闻周老师写给销售新人的书即将出版,我想这本书也一定会受到好评!

我衷心地祝愿周老师的书能帮助更多的人,祝愿周老师能帮助更多的企业发展壮大、走向辉煌!

派乐餐饮(中国)管理有限公司总经理 刘焕宝

前言

PREFACE

一切一个“卖”字

在十余年前，笔者听著名福布斯富豪、卓达集团董事长杨卓舒先生的一场讲座。讲演期间，杨卓舒提出这样一个问题：“从古到今、古今中外，人类的所有历史及活动，可以用一个字来形容，谁能答上来，奖励一万元！”

所谓“重赏之下，必有勇夫”，听众争相抢答。

有人说是“利”

有人说是“变”

有人说是“乱”

有人说是“争”

……

结果，所有人都没能答对。杨卓舒的答案是一个“卖”字，在他看来，上至总统元首，下至黎民百姓，人们的一切行动都是“卖”：他在演讲中，也是在卖自己的理念、愿望、意志；小布什之父老布什就是成功地卖出了自己，当了四年总统，后来成为前总统。小布什秉承其父的意志，继续卖自己，于是成了新总统；那些成功的企业都有一个共同点，就是产品卖得好，那些失败的企业也有一个共同点，就是产品卖不动……一个人卖自己的幅度越大，成功就越

销售业绩。书中通过对销售目标的确定，与客户高效沟通，快速洞察各户的需求，刺激客户购买欲，有效实现成交，细致的售后服务等多方面多角度的技巧介绍，令销售人员快速掌握销售妙招，轻松拿下订单。

本书从销售心理素质、销售形象、了解产品和客户、客户约见与拜访、销售谈判、攻心销售、促成销售、销售回款、客户关系维护等角度，具体地对销售员所需掌握的销售成交巧进行了全方位展示。

一个国家的强大是靠梦想、靠愿景；一个企业能发展壮大也是靠梦想、靠愿景；一个人的成长还是要靠梦想、靠愿景！记得周老师说过的一句话：一个有梦想的人是不会被拒绝的！

作为市场的终端营销者，在行使自己的销售使命的时候，一定有必要时刻反思：如何让自己的工作变得更有意义？如何让我们的客户满意忠诚？如何有效地吸引客户？如何突破自己的销售极限？销售到底是一个什么样的行业等等。那么，假若您有闲暇的时光，请翻阅本书，或许可以帮助您找到一些答案，哪怕是一点点启发，我想，这也是作者分享销售心得的意义所在了。

欣闻周老师第二本著作出版，高兴之余，我在想，这本书就是送给那些追梦人最好的礼物吧！希望此书能给我们的读者带来更多有效的管理借鉴和启发，也祝愿此书给周斌先生带来更多的好运！

上海通路快建网络服务外包有限公司董事长

畅销书《混理论》作者林翰

其二，是外在的包装，即要让自己看起来像一个销售人员，这需要靠得体的着装、恰当的言行举止、一流的气质气场来支撑。

搭建好了最稳固、最为强大的“个人平台”，在此基础之上，去推销任何产品，都将不在话下。当然，最终的成功销售，需要建立在了解产品、读懂客户、精通谈判、工于心理博弈、善于回款、妥善管理客户资源之上。

方向对了，就不怕路远

美国推销员协会进行的一项对推销人员的跟踪调查发现：有 48% 的人在第一次拜访遭到拒绝后选择了退缩，有 35% 的人在第二次遭到拒绝后退缩，有 22% 的人在第三次遭到拒绝后放弃了，有 15% 的人在第四次受挫后也放弃了，最后只有 10% 的人锲而不舍、毫不气馁，继续拜访下去，直到获得成功。

所以请记住一件事，在客户对你说出第五个（甚至更多）“不”之前，都不能轻易放弃，因为那都不算被拒绝。

美国前总统柯立芝认为：“世界上没有任何东西能够取代坚持。天分不能，有天分却一事无成的人再常见不过了；天才不能，空有天才却一无所获的事情屡见不鲜；受教育程度不能，这个世上到处都是有学识的社会弃儿——只有坚持和决心才是万能的。”

本书只是抛砖引玉，让销售人员尽快上手，但你要想实现从入门到上手、到精通、再到游刃有余地面对销售工作，就要坚持不懈地走下去，哪怕面对拒绝、挫败、打击和倒退，也毫不退缩，只要方向对了，就不要惧怕路远。

目 录

CONTENTS

第一章 首先销售你自己——心理素质过硬，形象得体

苏洵《心术》：“为将之道，当先治心。泰山崩于前而色不变，麋鹿兴于左而目不瞬，然后可以制利害，可以待敌。”销售人员也需要具备如将领一般的强大内心，做到泰山崩于前而色不变。

自信：自信的销售员最具魅力/3

控制情绪：情绪化是成功销售的大敌/7

抗挫性强：一帆风顺哪来快速成长/11

正直自律，远离诱惑/14

形象：销售赢在第一印象/17

着装：无声的个人推销利器/20

气场：进行魅力销售/23

沟通：能说会道的语言大师/26

第二章 知己更要知彼——了解产品、了解客户

“知己知彼，百战不殆。”知己，要求销售人员应是一名“产品经理”，熟知所推销的产品性能，精通自己所在行业的上中下游，对产品有一种狂热的喜爱。知彼，在于找到自己的客户，了解客户的需求和心理状态，在此基础上，才能做到针对性的推销。

对自家产品烂熟于心/33

从最专业的视角去为顾客介绍产品/37

推销应着重从创新、功效方面去进行/41

精心提炼出产品的卖点/45

清楚产品的不足之处/48

不要诋毁竞争对手的产品/52

找对属于自己的那块“蛋糕”/56

第三章 细节定成败——成功约见，完美拜访

当今社会，人们对陌生人的戒备心理越来越强，这使得陌生拜访越来越不受欢迎。那些正式的销售，那些重要的客户，通常需要先预约，预约是提高销售效率、提高成功率的一个必要手段。预约之后的拜访，则是一个最为重要的销售阶段，它是检验销售人员综合素质的一场战场。

预约客户的方法论/63

电话约见客户的技巧/67

预约拜访/71

陌生拜访/75

三分钟说好开场白/79

熟记客户的名字是一种尊重/85

第四章 判断比雄辩更重要——谈判桌上见分晓

天下是谈出来的，财富是谈出来的，销售中的一切可能性也都是谈出来的，销售谈判是双方智慧、心理、耐力的一种综合较量。它不同于赛跑，比的是谁先跑到终点。谈判需要销售员具备实力，更需要具备技巧和敏锐的思维以及判断力。

多问：方能挖掘客户的真实意愿/91

善倾听：方能辨别客户的话外音/96

会引导：让客户多说“Yes”/100

欲擒故纵：让客户先尝尝甜头/104

循循善诱：激发客户的购买欲望/107

声东击西：先谈价值，后谈价格/110

别把话说死：给自己留些余地/113

拒绝：以礼相拒更有效/116

第五章 深入客户内心做销售——消除分歧、赢取共识

传统式销售，重在说服与规劝。新型的销售则强调“攻心”，即要用“以顾客为中心”的思路来武装自己，来服务客户，深入客户内心做销售。

攻心销售的要旨在于：要善于提出问题，而不是一味发表己见；要提出解决方案，不要一味推销产品；要强调产品如何使用，不要只描述产品特征；要以决策者为导向，不要只对产品使用者用力；要授权于客户，不要让其感觉到“被销售”。

一流的销售员，要精通“读心术”/123

拉近双方心理距离，消除客户戒备心/127

察言观色：善于捕捉不同客户的微妙心理/131

同理心：多站在对方的立场上去考虑问题/136

——化解借口，让客户“乖乖就范”/140

找出客户异议背后的真实意图/144

第六章 适时踢出“临门一脚”——促成交易达成的艺术

乔吉拉德说：“挠到客户的痒处，你就有成交的希望。”事实上，当销售谈判推进到一定阶段，那些真正有购买意向的客户会释放出各种成交信号，这些信号一旦出现，就务必要把握好机会，适时踢出“临门一脚”，促成交易。当然，销售人员要想读懂这些信号，可以说是“运用之妙，存乎一心”。

销售人员常用强效成交法/151

至关重要的“成交信号”/156

“请将”不如“激将”/160

让客户自己说服自己/164

太过急于求成要不得/169

对客户进行反复的心理暗示/173

第七章 会销售，能回款——收回货款才是真本事

心理修炼是过程，面对客户是结果；预约客户是过程，拜访客户是结果；销售谈判是过程，成交是结果……

事实上，这些所谓的结果，不是最终的结果，对销售而言，回款才是最终结果。无论你是销售老手，还是市场新兵，要想成功“赢销”，都务必要重视你的回款。只有成功回款，才是销售跑道上的终点冲刺。

回款，高于一切/179

回款：方法总比问题多/183

回款六字诀：利、理、情、压、纵、缠/189

按标准流程回款：制定详细的回款流程图/194

见招拆招：识别客户拖欠货款的借口/202

背水一战：通过法律手段去裁决/206

第八章 成交，不是终点——做好客户关系维护

成交，并不意味着销售的结束，成交后的售后服务也是一个不容忽视的工作重点，只有在售后服务上做到位，下足工夫，让客户笑到最后，你才有可能让“头回客”变成“回头客”，建立持久的客户关系。

欲建立持久的客户关系，需要做好客户资源管理。客户资源是重要的人脉资源，它如同金钱一般，也需要管理、维护、储蓄和增值，这样才能使自己的客户人脉库释放出巨大的能量。

成交，才是销售的开始/213

做好售后服务：让“头回客”变成“回头客”/218

第一时间解决客户投诉/222

客户维护：工夫在平时/228

做好客户资源管理，建立人脉数据库/232

第一章

首先销售你自己——心理素质过硬，形象得体

苏洵《心术》：“为将之道，当先治心。泰山崩于前而色不变，麋鹿兴于左而目不瞬，然后可以制利害，可以待敌。”销售人员也需要具备如将领一般的强大内心，做到泰山崩于前而色不变。



