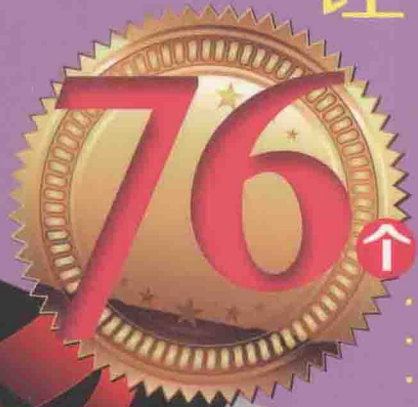


SALE

第一次做销售就上手

我最想学的 成交技巧

——让客户无法拒绝的
销售锦囊



◎ 王宝玲 | 著

- 一学就会 一用就有效
- 化解客户拒绝很简单
- 销售精英不告诉你的成交秘诀
- 销售冠军深谙的成功销售法则
- 一招制胜，让客户接受
- 屡试屡胜的销售成交技巧



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

第一次做销售就上手

我最想学的 成交技巧

——让客户无法拒绝的
销售锦囊



◎ 王宝玲 | 著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

我最想学的成交技巧：让客户无法拒绝的76个销售
锦囊 / 王宝玲著. — 北京：人民邮电出版社，2014.8
(第一次做销售就上手)
ISBN 978-7-115-36134-9

I. ①我… II. ①王… III. ①销售—方法 IV.
①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第129701号

内 容 提 要

销售成功不是仅靠使用简单的销售技巧就能够实现的，而是要使用能正确了解客户心理和行为的策略，这些策略被我们称为获取客户认同的策略。所谓“有认同才有合同”，所以掌握这些策略是每个想成为销售冠军的销售员都必须具备的技能。能把销售做好的销售员一定是掌握了这种销售中的获取认同的策略，有效地了解客户的心理和行为，从而实现销售成功。本书将这些销售策略提炼为76个销售锦囊，让销售员一学就会。

◆ 著 王宝玲

责任编辑 任忠鹏

执行编辑 张婷婷

责任印制 周昇亮

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：16.5

2014年8月第1版

字数：262千字

2014年8月北京第1次印刷

定价：39.80元

读者服务热线：(010)81055296 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京崇工商广字第0021号



前言

大街上随处可见各商场贴着“跳楼价，狂甩”、“清仓活动，速来抢购”等大条幅；打开电视，看着广告里导购员激情四射地说：“不要 1298 元，也不要 998 元，现在只需要 128 元，128 元就能买到 6 英寸大屏的掌上电脑手机了，现在还有 100 台，数量有限，赶紧抢购吧。”打开电脑上浏览网页的时候，会看到“亲，已经有 15300 个小伙伴选择了这款产品，这款也是你喜欢的类型哦，赶紧也去看一下吧！”各种形式的销售信息疯狂地轰炸着人们的大脑。现在各行各业都涉及销售，销售在生活中有着重要的作用。这就导致从事销售工作的人越来越多。销售员要想取得好业绩，首先就要掌握客户的心理。销售取得成功的关键是获取客户的认同，只有摸清了客户的真实想法，才能在面对客户时，无往不利、无坚不摧。

销售的过程就相当于一场激烈的战争，多少人为了业绩使出浑身解数，与客户斗智斗勇，因为结局只有一个，不是你败就是我亡。每个销售员每天都在按照自己的方式，试图凭借自己的三寸不烂之舌去说服客户。的确，销售也是说服的过程，但是，当你滔滔不绝地与客户争辩，自以为赢得了辩论时，你就取得了胜利吗？说服是需要技巧的，销售员掌握客户的心理和需求后，要善于引导客户，只有掌握说服术才能轻松搞定客户。

客户千千万，每个都怕骗。现在社会中存在很多良莠不齐的产品，销售员在介绍产品时，往往说得天花乱坠，有的甚至夸大产品的功能，等客户回到家经过使用后，才知道自己被销售员“忽悠”了。有的人可能会自认倒霉，可是骗一次，骗两次，渐渐地，客户就学聪明了，就存在很强的戒备心，因为害怕

被骗，所以不会轻易相信前来推销的销售员。客户有这种心理是很正常的，销售员如果不能掌握客户的心理，只是单纯地介绍产品，也许并不能轻易打动客户的“芳心”。这就需要销售员准确把握客户的心理，然后对症下药，通过举例子或自己的亲和力渐渐消除客户的疑虑和戒备。只有摸清了客户的心理，才能让客户接受，才能成功地销售产品。

销售过程就像两个人下一盘棋，看似简单，其中却蕴藏着很大的玄机，每一步都是环环相扣、步步紧逼的，如果其中一步走错，可能就会面临着全盘皆输的结局。本书从找准销售对象、自我推销、产品介绍、说服客户、分析和把握客户心理、解决客户异议、找对时机促成交易这七个方面分别介绍了销售员怎样去做的具体方法，有助于销售员给客户留下良好的印象而不是反感；有助于销售员在介绍产品时能掌握客户的心理，而不是滔滔不绝地介绍却无法打动和吸引客户；有助于销售员解决客户的异议而不是跟客户争辩，从而成功地销售产品。在销售这局棋中，销售员要摸透客户的心理和想法，同时还要善于引导客户，让客户在不知不觉中走入我们的“思维地图”，这样才能下出一局妙棋。

销售过程是多种艺术的综合体现，它包含了销售员的形象魅力，对客户心理的掌控和把握，对产品和服务的认知和表达，对成交时机的发掘和把握以及销售语言的运用等，销售员只有掌握了这些艺术，才能熟练地开展销售工作。

销售员不仅要承受业绩的压力，还要时而面临客户无端的刁难，有时候明明心里很难过却还要强装笑脸去面对每一位客户，有的销售员甚至充满了迷惑，为什么客户刚开始对我的产品挺感兴趣的，最后却选择了别家的产品呢？对于还不知道怎么识别客户的成交信号，还在为与客户如何沟通而发愁的销售员，请赶快翻开此书吧，它能让销售员在短时间内掌握和了解客户的心理以及说服客户购买的方法。

希望这本书能让每个销售员都变得更加强大和成熟，哪怕遇见难缠的客户也能坦然自若、游刃有余地应对，只有掌握客户的心理，才能成功地进行销售。对于摸不透客户心理而感到前途一片迷茫的销售员，希望你们能坚持下去，也希望这本书能给你们带来一些帮助和启发。在此祝愿所有销售员的业绩步步高升。

PART 1

找准目标客户，让客户形成一张网

1. 突破重围，想办法拜访最重要的决策者 002
2. 多种途径找客户，不要一条路走到黑 005
3. 只有成功约见客户，才能继续推销产品 009
4. 毫无准备的拜访，成功概率为零 013
5. 风险评估和综合分析帮你排除非目标客户 017
6. 做销售，遭遇拒绝是理所当然的 020
7. 客户管理得好，业绩会更高 023
8. 搞定大客户，业绩、利润不再愁 027
9. 人际关系资源就是销售员的命脉 031
10. 每一位客户身后，都有 250 名潜在客户 034
11. 投资客户，用客户做长线生意 037
12. 敏感地对待客户和市场，你会发现更多机会 040

PART 2

推销之前开对场，把自己推销给客户

- 13. 对自己做最高认同，建立打不垮的自信 044
- 14. 低调是最牛的炫耀，在不露锋芒中表现专业 047
- 15. 每次都留给客户良好的第一印象 049
- 16. 成为客户的专业顾问，让客户放心 053
- 17. 善于推销自己，但不要出卖自己 056
- 18. 巧妙使用销售工具，让自己更具影响力 060
- 19. 睿智和幽默是种魔力，能锁住客户的心 063
- 20. 磨炼最强个人优势，让客户叫绝 066
- 21. 充分表现真诚和好人品，向客户证明你很靠谱 069
- 22. 有好的开场白，才有机会赢得客户的好感 072
- 23. 接近客户，就从他们喜欢的方式入手 075
- 24. 微笑是捕获客户芳心的万能良药 078

PART 3

用卖点获取客户的认同，让产品被客户所需

25. 充分了解自己的产品，更要清楚竞争对手的产品.....	082
26. 把专业语言通俗化，说客户听得懂的介绍	085
27. 不仅要让客户参与产品演示，还要询问他的感受	088
28. 扬长避短，重点抬高产品的使用价值	092
29. 数字比文字更权威，让客户看到客观的证明	095
30. 别说产品是完美的，要给自己留后路	098
31. 客观认识竞争对手，永远不要在客户面前攻击他们.....	101
32. 把握产品的核心卖点，将其升华为亮点	104
33. 唤起客户的好奇心，让客户心动	107
34. 显而易见地摆出事实，让客户看到购买产品后的具体利益.....	109
35. 要给客户这样的感觉：不买产品绝对是个错误.....	112
36. 站在客户的立场介绍产品，才能被客户接受.....	115
37. 帮客户挑选和组合产品，让客户的选择物超所值.....	118
38. 在客户的诉求点、潜在需求与产品之间找到关联.....	121

PART 4

巧妙说服术，让客户没理由拒绝

39. 鹦鹉学舌，用客户的方式说话更能激发对方的沟通兴趣..... 126
40. 巧妙启发客户思考，让其主动提出问题..... 129
41. 心里清楚客户的成见和错误即可，千万不要直接点破..... 132
42. 不论是否喜欢，都对客户的话表现出极大的兴趣..... 135
43. 因人而异，对不同的客户选择不同的沟通方法..... 138
44. 循序渐进地交谈，而非猴急攻单..... 141
45. 必要时学会说“不”，别让自己陷入被动..... 144
46. 提切中要害的问题，让客户没理由拒绝回答..... 147
47. 引导客户说“对”，让对方自己说服自己..... 150
48. 及时寻找沟通出路，别让谈判陷在同一个问题上..... 154
49. 掌控好谈判节奏和气氛，让整个谈判轻松而有效..... 157
50. 少说多听，让每句话有分量..... 160

PART 5

销售的关键是获得客户的认同，让客户完全依赖

- 51. 要让客户心理得到满足，就去认同、肯定和赞美他..... 164
- 52. 客户都有软肋，巧妙利用客户的心理弱点取胜..... 167
- 53. 表现亲和力，消除客户内心的顾虑和防备..... 170
- 54. 对客户热情，不如对客户多点儿关心..... 173
- 55. 总是让客户感觉赢了，最后你才能赢..... 176
- 56. 有些话客户只会暗示给你，有些事你也需要用暗示告知客户 179
- 57. 消费者有贪便宜的心理，找到合适的诱饵钓住它..... 183
- 58. 有些想法客户不想让你知道，但却在肢体语言上表露无遗..... 186
- 59. 沉默有多种含义，用不动声色让客户自己形成心理压力..... 190
- 60. 客户总在徘徊，巧妙运用客户的折中心理..... 194

PART 6

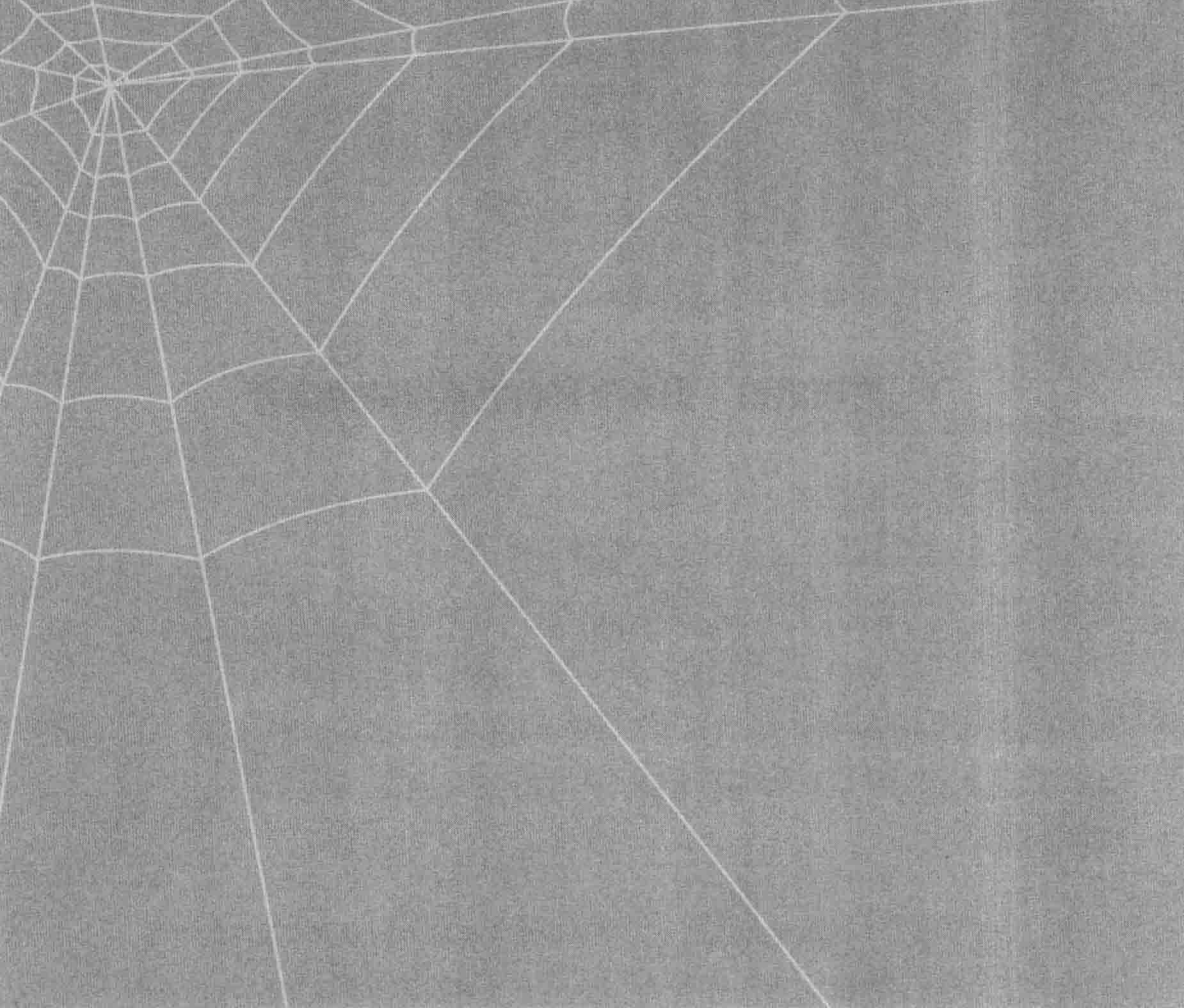
高效谈判，让客户异议不攻自破

- 61. 争辩不能解决异议，只能加剧矛盾 198
- 62. 晓之以理，动之以情，把客户向你设定的预期方向引导 201
- 63. 别乱了阵脚，有步骤地处理客户异议 204
- 64. 可以直接否认客户的异议，但要把握好“度” 207
- 65. 处理异议一定要遵循的六项原则 210
- 66. 有效处理客户异议的五大策略 213
- 67. 异议有真有假，你要找到客户的真正意图 216
- 68. 仔细观察并思考，对客户不同异议使用对应的方案 219

PART 7

获取客户的认同要讲究效率，找对时机促成交

- 69. 重申产品给客户的利益，用安全感激发客户成交..... 224
- 70. 适当恐惧，认清形势再选定成交对策..... 227
- 71. 客户的这些成交信号不会告诉你，要及时准确地捕捉..... 230
- 72. 知道这八种交易技巧，成交不再难..... 233
- 73. 适当给出小优惠，才能换回大订单..... 237
- 74. 别等明天，当场就让客户购买..... 240
- 75. 在这些最佳时机提出成交，让成交概率倍增..... 243
- 76. 别为成交做出无法兑现的承诺，否则是搬起石头砸自
己的脚..... 246



， PART 1 ，

找准目标客户，让客户形成一张网

客户是销售员最大的“财脉”，寻找到优质的客户资源，是成功影响客户的前提。只有找准目标客户，有的放矢地获取客户的认同，才有可能开发出有质量的客户。

1. 突破重围，想办法拜访最重要的决策者



开篇提示

拜访决策者时，要先弄清楚公司的决策流程，然后尽量从最高层开始。在拜访前，你还要先查看一些公司的宣传册、网站等相关资料，礼貌地向秘书或者助理寻求帮助，找到专门负责这个项目的负责人。

如果你费尽心力成功地说服了一个不该拿主意的人同意来购买你的产品，当真正的决策者开始考虑你的产品时，很有可能会退回你的产品，或者取消订单。这时，你所做的一切都会前功尽弃，不仅浪费了时间，耗费了精力，甚至还可能增加你的销售成本。那么想办法找到最重要的决策者就成为销售至关重要的第一步。这个重要的决策者在哪里呢？他有可能像象棋中的元帅，想要找到他，首先你要突破前面千军万马般的阻挠。

那么，怎样才能突破重围，拜访到那个最重要的决策者呢？

（1）理清关系网，顺藤摸瓜

一家公司有许多部门，它们可能是在同一个层面上的，也有可能是垂直自上而下的，甚至关系交互错杂。所以，销售员首先要弄清楚该公司的决策流程，而想要尽快找到决策者，最简单、快捷的办法就是直截了当地问：“李主管，

这件事是您自己就能决定呢，还是会有其他人参与决策？”

你也可以参照以下几点注意事项。

获取认同的秘诀

◆ 在这个世界上，有各种各样的行业，但在同一行业中决策流程是相同的或者是相似的，销售员可以请教有类似经验的销售代表，可能对你有一些帮助，或者你可以参考你在其他公司的经验。

◆ 你可以浏览他们公司的宣传册、网站，也可以通过客户的头衔，看他在一家公司中的地位。

◆ 要尽可能从高层开始，而不是从纵向层面上的底层开始，如果让你去下一层面，你的产品已经得到了初步的认可，这时你就要努力地展开销售工作了。

(2) 把握细节，找到“贵人”。

销售员的核心任务就是要找到重要的决策人，因为无论整个的销售过程可能涉及多少人，但最后拍板起关键作用的也就那么一两个人。在寻找决策人的过程中，我们无可避免地要接触一些其他人，这些人好好利用的话可以帮助我们找到关键决策人，从而成为我们的“贵人”。

获取认同的秘诀

◆ 谦和地向秘书或者行政助理请求帮助，他们可以为我们提供一些企业的内部信息，然后筛选这些信息，找到最有价值的信息，尤其是关于决策者的。

◆ 认识和关注“影响者”，因为企业里的决策者大多是高层管理人员，他们大多熟谙民主的力量，在做出决策之前，一般会听取大家的意见或建议，这些人便成了影响者。当决策人对合作犹豫不决的时候，这些人的话可能会帮助到我们，从而他们会成为我们的“贵人”。

◆ 在从“影响者”那里获取信息时，销售员要问明决策人的姓名、职务，最好要一张名片。在制度严明的大企业，高层管理者对决策者还是有一定影响的，如果有机会获得高层管理者的支持和认同，那么销售工作就能够较顺利地进行下去。

(3) 负责人是决策人吗？

企业的负责人就一定关键的决策人吗？其实不然，有时候我们所销售的产品涉及的费用较大，要是签约回款就会涉及财务问题，这时财务人员的权力可能是最大的；有的时候，企业负责人可能会把权力下放给下面的部门经理，只有牢牢抓住这个经理，我们的产品才有可能销售出去。不同的企业，关键的决策人是不同的。在寻找决策人时，我们可以先从秘书那里打听一下，然后再有礼貌地提出我们的要求，这对我们找到决策人的帮助比较大。