

企业销售部门应该人手一部的最佳培训读本

一本能让你回味无穷的销售教科书
让你在实战中战无不胜的致胜策略

冠军的秘密 销售

冠军销售员都懂的成交心理学

王琳◎编著



8小时以内，我们求生存；8小时以外，我们求发展

适合自己的才是最好的，对于什么是最好的销售技巧和应对策略，销售员要仔细地来辨别，选择学习，并在实践中不断地揣摩和借鉴，才会不断地提高自己。

冠军的秘密销售

冠军销售员都懂的成交心理学

王琳◎编著



廣東旅游出版社

GUANGDONG TRAVEL & TOURISM PRESS

悦读书·悦旅行·悦享人生

图书在版编目（CIP）数据

冠军销售的秘密：冠军销售员都懂的成交心理学 /王琳编著. — 广州：广东旅游出版社,2014.6

ISBN 978-7-80766-851-0

I. ①冠… II. ①王… III. ①销售—商业心理学
IV. ①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第098622号

责任编辑：郑作民

封面设计：兆天书装

广东旅游出版社出版发行

（广州市天河区五山路483号华南农业大学公共管理学院14号楼3层 邮编：510640）

北京紫瑞利印刷有限公司

（地址：北京市海淀区上庄路58号）

广东旅游出版社图书网

www.tourpress.cn

联系电话：020-87348243

710毫米×1000毫米 16开 14印张 200千字

2014年6月第1版第1次印刷

定价：32.00元

[版权所有 侵权必究]

本书如有错页倒装等质量问题，请直接与印刷厂联系换书。

有人说“销售是一场战争”。既然是战争，销售员通过销售除了能得到丰厚的回报以外，还会面临诸多的困难。很多销售人员为了提高自己的业务能力，都会学习一些销售应对策略，但又不一定收到预期的结果，这是为什么呢？因为，销售也是有秘密的，这就是销售员不能刻意模仿别人，而要有适合自己的销售技巧！

销售员要善于学习，从前人的经验中发掘提升自己的有利知识。技巧，说的是一种对生活或工作方法的熟练和灵活运用，而销售的技巧是每个销售员在和客户交流沟通中特定的方法。销售的技巧包括了如沟通技巧、客户心理学、人类行为学以及自己所销售产品相关学科的知识，甚至是人的各种爱好以及对社会现象的态度。每一个人的自身条件不一样，所处的环境和应对的客户不一样，因此产生的问题也就不会一样。若能将好的习惯灵活运用，到销售过程当中，取得好的成效也就理所当然了。

销售经验可以帮助人们更好地去提高销售业绩。人们得出这样的结论是因为看到某人使用这种销售技巧取得了不错的效果，但是有一点是值得大家注意的，那就是这种销售技巧放在自己身上能否产生同样卓越的效果。

技巧是可以通过训练得到提高的，应对策略也能提示销售员少走弯路，这个过程必须要让销售员经过感觉不适应、很难受，到舒服，再到得

心应手。很多人会因为自己的习惯而拒绝使用让自己难受的一些销售技巧，不愿意进行学习或训练，那么就会影响销售技巧的发挥。

销售做的是人际关系，不只是一个人的游戏，还涉及了方方面面的因素：外部的大环境、客户的消费习惯、人际关系、竞争对手、自身的条件。这些因素造就了销售环境的多样性，不是简单地复制就可以完成的。但销售往往在一定程度上又具有共通性，因此，对于销售应对策略的学习和把握要学会思考性地接受，找到适合自己的、可以帮助自己的技巧，熟练地应用到自己的销售过程中，就会成就自己的销售技巧。

适合自己的才是最好的，对于什么是最好的销售技巧和应对策略，销售员要仔细辨别，选择学习，并在实践中不断地揣摩和借鉴，才能不断地提高自己。

Contents

目 录

第一章 确定产品客户群，销售“射击”才更准

你的客户在哪里？只有将这个问题明确，销售员的工作才会卓有成效。销售准备工作做得好与坏，对销售活动的成败影响非常大。收集客户的详尽资料，可以使销售人员在销售中占据主动的地位。你对客户的情况了解得越透彻，你的销售工作就越容易开展，越容易取得成功，越容易收到事半功倍的效果。



1. 先帮产品找到最需要它的人 / 3
2. 人海茫茫，找客户就是要“精准狠” / 6
3. 死守目标，坚持到底就能获得成功 / 9
4. 别做表面文章，把潜在客户挨个挖出来 / 13
5. 抓住“领头羊”，后面跟着的羊群还会远么？ / 16
6. 确定客户群落，再去想接近群落的策略 / 19
7. 想见高端客户，就别懈怠了能接近他的人 / 22



第二章 面对面的交谈，真诚与微笑绝对不能少

人与人之间的交往，是从交谈开始的，交谈同样是销售员与客户交朋友、拉近距离、在思想上沟通的有效手段。许多事情就是在不经意的闲谈中找出双方的共同点，在思想上和心理上产生一种共鸣，达成一种共识，从而获得客户的认同，使你与他人之间建立起良好的关系。很多时候，借助于面对面的交谈，可以让两个毫不相干的陌生人交上朋友，销售工作就轻而易举地完成了。

1. 问好是一门多彩的艺术 / 29
2. 强卖绝对不可取 / 32
3. 学会吸引客户的交谈技巧 / 35
4. 带上商品，让他亲身体验一把 / 38
5. 你的微笑照样能吸引他的眼球 / 41
6. 少用不确定的词语来“忽悠”客户 / 44
7. 语言配合手势，让你的交谈更流畅 / 47
8. 时刻让客户感受到你的真诚 / 50



第三章 拨通客户电话，语言比产品本身更关键

优秀的销售员特别重视强化前期的沟通，成功销售的关键其实就在于诸多环节的前期沟通。销售员在前期沟通过程中一是要建立信任感，让客户对企业信任，对自己信任，对产品知识的灌输也要达到一定程度；二是要建立亲和感，经过几次的电话沟通双方要达到很亲切的程度。这样在与客户的沟通中需要强化的只是企业形象和产品功效，起到的是临门一脚的效果，所以销售员一定要强化前期沟通。

- 1.设计新颖独特的开场白 / 57
- 2.热情，是绝对不能少的态度 / 60
- 3.言语有侧重，不要太直白 / 63
- 4.千万别弄错了客户的姓名或性别 / 66
- 5.客户的时间很珍贵，你的言辞要有针对性 / 70
- 6.客户在说话时，千万别打断 / 73
- 7.受到客户打击，也别流露出气愤 / 76
- 8.言辞要谦和，尊重之意适时表露 / 80

第四章 为客户做准备，将产品打造得美轮美奂

产品是销售的根基，销售员唯有熟悉自己的产品，做好充分的准备，才能够在客户面前将其展现得美轮美奂。销售员要根据客户的心理变化来介绍产品，还需学会问“有效的问题”；在展示资料时，懂得信息的“有效呈现”；客户心理发生了变化了，要果断调整介绍的重点，切合客户的心理需求，这样才能使每次销售拜访都会有所收获。可以说，能够有针对性地介绍产品，才能真正把握客户的内心，从而获得客户的青睐。



- 1.产品介绍要一目了然 / 87
- 2.心中设定讲解模块，分清主次 / 90
- 3.突出产品的价值，显示其独一无二的优点 / 93
- 4.寄送样品为成功拜访做好铺垫 / 96
- 5.专业术语最好做一下解释 / 100
- 6.准备所需的资料，别慌乱无章 / 103
- 7.预先了解客户，也能帮你完成任务 / 107



第五章 人脉即是财脉，主动布设潜在客户网

做销售的过程就是一个交朋友的过程，朋友做成了，销售就顺理成章地成交了。因此，销售人员拜访客户就是去“找朋友”、“交朋友”。认识陌生客户的渠道有很多，家庭聚会、各种网络俱乐部、兴趣沙龙、展览会等，只要有心，处处皆朋友。销售人员本着“先交朋友，后做销售”的宗旨去做，就不愁做不成销售。

- 1.先做朋友再谈销售一样可行 / 113
- 2.学会通过老客户发掘新客户 / 115
- 3.主动和客户“套近乎”没什么不好 / 119
- 4.适时地递上你的名片 / 122
- 5.小礼物促成大生意 / 125
- 6.关心客户，他们才会关心你的产品 / 128
- 7.充分利用已有的人脉关系 / 132



第六章 窥探客户的“小阴谋”，让销售反败为胜

纵观古今中外，但凡能驾轻就熟地处理好人际关系，懂得说服别人的人，无不熟谙“人性”。就好比打鱼的人要通水性、懂“鱼性”，养鸟的人要懂“鸟性”一样，销售员或其他从事人际关系工作的人必须熟谙“人性”。销售人员必须有鉴人能力，必须熟谙“人性”。窥探出客户的真实想法，就能让你的销售反败为胜。

- 1.“钩”住好奇心强的客户 / 139
- 2.明白客户的消费心理才能更有目标 / 141
- 3.抓住客户的“从众”心理 / 144

4. 消除客户的“怕被骗”心理很重要 / 147
5. 少花钱是他们的最终目的 / 151
6. 满足客户占小便宜的爱好 / 154
7. 表面上要满足客户的利益要求 / 157
8. 客户的逆反心理超级强 / 161

第七章 形象销售要“出彩”，销售自己更重要

想让客户接受我们的产品，就让客户首先接受我们的人。自我的形象是人际交往中最锋利的一把刀，也是最有效的销售工具。俗话说：“第一印象价值百万。”销售人员首要具备的条件是一副很干练的形象，你的装扮和礼貌散发出的化学作用，会使你有如天赋神力。打造好自己的形象，不仅是成为一流销售高手的基本要求，要在人群中受到欢迎，这也是必备条件。销售自己是能够助你走向成功的不折不扣的高效“通行证”。



1. 疯狂卖手不留疯狂发型 / 167
2. 你的着装也是产品的包装 / 170
3. 你的服饰还在为你“丢人”吗？ / 174
4. 像商品一样，学会展示自己 / 178
5. 诚信的形象让销售更顺畅 / 181
6. 展示你灵活聪慧的应变力 / 184
7. 自信，让自己变得更高大 / 187



第八章 售后服务要到位，紧密“锁住”客户源

俗话说，维护一个老客户胜过开发几个新客户。顾客就是上帝，是销售员的衣食之源，作为一名销售员，客户就是自己的衣食父母。如何才能和客户维持好关系，是关系到自己的生计大事。优秀的销售员不会做“一锤子买卖”，他们非常在意客户的售后服务工作，这项工作做到位，会很容易地与客户保持长期且良好的合作关系。

1. 每个单子身后都有“巩固”措施 / 195
2. 客户喜欢你主动上门 / 197
3. 认真对待每个客户的咨询 / 201
4. 服务人员的态度关乎客户的去留 / 204
5. 接受客户的批评才能销售得更好 / 207
6. 如何扩大再销售，实现转销售 / 211



第一章

确定产品客户群，销售“射击”才更准



.....

你的客户在哪里？只有将这个问题明确，销售员的工作才会卓有成效。销售准备工作做得好与坏，对销售活动的成败影响非常大。收集客户的详尽资料，可以使销售人员在销售中占据主动的地位。你对客户的情况了解得越透彻，你的销售工作就越容易开展，越容易取得成功，越容易收到事半功倍的效果。

1.先帮产品找到最需要它的人

每一种产品都是有“家”的，也是有需要它的主人的。一种服务或者是一件东西之所以能够成为商品，最重要的原因是其具有可供销售的价值。然而，如何将这种价值完美地体现出来，销售经理就要下一番苦心，为产品找到它的“主人”。

人从生到死都在乐此不疲地做着一件事情——消费。人们为了生存而消费，为了生活而消费，为了享受而消费，而与消费建立起来的最直接的链条就是产品。产品的价值就是人们消费的动力，也是吸引人们消费的关键因素，销售经理更是应该认识到这一点。可以这么说，人只要活着就需要产品为自己服务和被自己使用。那么，如何帮产品找到最需要它的人，其实就是销售商在为产品寻找消费者。

每个人有每个人的生活需求，每个人对生活的要求也是不尽相同的，这就注定了人们对产品的选择会截然不同。当然，最直接决定消费群的因素是产品的使用价值，销售人员要让人们看到产品的价值所在，当它的价值被需要它的人们所认可时，人们自然会心甘情愿地为它“埋单”。

销售人员要想将自己的产品成功地推销出去，就要明白是什么样的人最需要这种产品，也就是“按需推销”。只要有需要，人们才会主动购买。如果你的



产品是拐杖，那么你的消费群就可想而知肯定不是年轻的女性朋友。一种产品要有一种产品的目标受众，这样才能够销售成功。

李建辉大学毕业后没有像其他的同学那样急于去找工作，因为在他的心头跳动着两个字，那就是“创业”。他想要创业，想要回到自己的家乡创业，于是，他毫不犹豫地回到了自己生活的那个小城市中，那里的人们消费水平不算高，但是不少小店也非常的热闹。

李建辉决定开一家小饭店，但是在这座小城市中饭店已经大大小小的有不少了，如果自己的饭店没有特点，那就是没有竞争能力的。这天他去看了店面，然后回到家，听到姐姐正在给她的朋友打电话，原来姐姐要和朋友出去吃饭，只听姐姐说：“去哪儿吃饭啊？现在饭店的饭一点儿营养也没有，吃完只会让我们长胖，还不如在家凉拌黄瓜吃得舒服呢……”

李建辉听完之后心中突然闪现了一个念头，那就是开一家“营养餐厅”，特点就是营养。于是他查询了很多资料，发现有一种江西的瓦罐汤不仅口味多变，而且不同的食材在一起还能够起到不同的保健作用。当然，自己的餐厅的客户群主要是那些年轻的女性朋友，因为她们都希望在品尝到美食之后还能够美容养颜、保持体形。

按照自己的想法，李建辉决定去江西学习考察，希望将自己的瓦罐汤做得更加地道。经过两个多月的准备，他的营养餐厅终于开业了，他的卖点就是“营养健康”。一个月下来，就连他自己都没想到，餐厅的出品竟然会这么受欢迎，当然，成本很快也赚回来了，他的餐厅在这座小城中具有了一定的名气。

每种产品都有最需要它的人存在，就如同李建辉的“营养餐厅”一样，他把握住了年轻女性的心理，更是把握住了自己所推销的产品的价值，这样自然能够吸引更多的目标消费人群。如果李建辉的餐厅和其他的餐厅一样，根本没有体现出自己产品的独特之处，那么怎么可能会让自己的餐厅受到欢迎呢？

作为一名销售经理或者是销售人员，如果想要让自己“卖得开心”，那么就应该自信地分析一下产品的关注人群，为产品找到最需要它的人。

第一，先分析一下你的产品能发挥什么作用。这一步是再关键不过的了，如果你不知道自己的产品最直接或者最重要的作用是什么，那么作为一个销售人员还怎么去推销自己的产品呢？当销售经理们能够找到自己产品的卖点，那么自然也就能够发现产品的目标消费群了。

第二，让产品自己来“说话”。销售人员可以尝试将产品推向市场之后听一下消费者对产品的评价或者是反映，关注人群其实也就是消费人群。这个时候你会发现，其实关注的人都是具有一定特点的，也就是都具有一定的共性，这样你就能够通过产品来监测出消费群体，从而正确地确定销售目标了。

第三，不要被假象迷惑。在销售的过程中，必然会遇到各种各样的人，有的人只是出于好奇才会来咨询你的产品，千万不要将这些人当作是最需要你的产品的人，要善于区分。



2.人海茫茫，找客户就是要“精准狠”

即便你拥有世界上最完美的商品，你的客户群也不可能是世界上所有的人。一种商品总是有它特定的客户群，销售人员如果能够通过各种方法和手段找到最核心的消费群，销售自然也就变得顺理成章。如果确定的客户群有偏差，那么你的销售计划自然会大打折扣。

世界上的人何其多，你的产品的消费人群不可能是全部人。每一行都有每一行的支持者和关注者，更何况在每一行中还分不同的层次，面对不同的层次都会有特定的产品导向。如果无法让自己的产品变得更有独特性，那么客户自然也就不会那么的明确。销售经理应该通过一些手段和方法为自己的商品寻找客户群，而在这些手段中，都离不开“精准狠”。

销售人员应该都明白一个道理，那就是在自己产品的面前，人会自然地分出“三六九等”。一个合格的销售经理就应该将这些人进行分类定级，如果不能很好地定位，那么自然就找不到目标受众。当然了，寻找客户的手段也是十分重要的，一个有经验的销售人员，不仅仅是要将自己的商品推销出去，更重要的是分析客户群，让自己的商品长久不衰地卖出去。

销售战略很重要，这不仅仅是手段，更是技巧。世界上的人都是消费者，但是自己的商品的消费人群是哪一种呢？要为自己的商品进行客户定位，就必然