

WILEY

# 绝对成交 话术内训手册

打造无往不利的影响力、说服力和销售力

(美) 迈克·舒尔茨 (Mike Schultz) 约翰·E. 杜尔 (John E. Doerr) 著

孙路弘 译



荣获  
“顶级销售世界”  
网站评选  
图书金奖

## RAINMAKING CONVERSATIONS

Influence, Persuade, and Sell in Any Situation

说出客户心中所想，解决实际问题，达到成交目的！



海天出版社 (中国·深圳)

# 绝对成交话术内训手册

[美] 迈克·舒尔茨 约翰·E.杜尔 © 著  
孙路弘 © 译

图书在版编目(CIP)数据

绝对成交话术内训手册 / (美)舒尔茨, (美)杜尔著; 孙路弘译.

—深圳: 海天出版社, 2014.7

ISBN 978-7-5507-1064-1

I. ①绝… II. ①舒… ②杜… ③孙… III. ①销售—

语言艺术—通俗读物 IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第080228号

版权登记号 图字: 19-2014-065号

Rainmaking Conversations: Influence, Persuade, and Sell in Any Situation (ISBN-9780470922231)

by Mike Schultz and John E. Doerr

Copyright © 2011 by Mike Schultz and John E. Doerr

This edition is published by arrangement with John Wiley & Sons International Rights, Inc., Hoboken, New Jersey

Simplified Chinese edition copyright © 2014 by Grand China Publishing House

This translation published under license.

All Rights Reserved.

No part of this book may be used or reproduced in any manner without written permission except in the case of brief quotations embodied in critical articles or reviews.

Copies of this book sold without a Wiley sticker on the cover are unauthorized and illegal.

本书中文简体字版通过 **Grand China Publishing House (中资出版社)** 授权海天出版社在中国内地出版并独家发行。未经出版者许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

绝对成交话术内训手册

JUEDUICHENGJIAO HUASHU NEIXUN SHOUCHE

海天出版社出版发行

(地址: 深圳市彩田南路海天大厦 518033)

<http://www.htph.com.cn>

订购电话: 0755-25970306, 83460397

出品人: 陈新亮

执行策划: 桂林 黄河

责任编辑: 张绪华 陈军

责任技编: 梁立新

特约编辑: 杨华妮 戴圆圆

版式设计: 李婉琳

封面设计: 红杉林文化

深圳市东亚彩色印刷包装有限公司印刷 海天出版社经销

2014年7月第1版 2014年7月第1次印刷

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 18

字 数: 241千字

定 价: 49.80元

海天版图书版权所有, 侵权必究

海天版图书凡有印刷质量问题, 请随时向承印厂调换。

## 致 谢

谨以此书献给埃丽卡。

——迈克·舒尔茨

谨以此书献给克丽丝，约翰·迈克和安德鲁。

——约翰·E. 杜尔

## 开启销售新时代的 RAIN 集团

### RAIN 集团介绍

RAIN 集团 (RAIN Group) 是一家致力于提升销售业绩的咨询机构，坐落于波士顿。RAIN 集团的业务主要集中在销售培训、测试和提升绩效，从而帮助组织机构改善销售成果。

至今，RAIN 集团已经协助近千家企业的数万名销售人员提升了他们的销售业绩。

RAIN 集团协助企业实现如下目标：

- ◆ 提高销售技能，改善销售结果
- ◆ 提高交叉销售和附加销售的机会
- ◆ 招聘、录用和留住最优秀的销售人员
- ◆ 减少新入职销售人员的成长周期
- ◆ 提高新产品上市的销售率

自 2002 年以来，RAIN 集团的领导者和咨询顾问们发表了一系列行业标杆报告，诸如《费用与定价标杆基数报告》《销售线索新思路》《客户如何购买》《服务领域营销方案》等。

RainToday.com 是世界上最大的在线营销杂志和会员网站。该网站

的主题主要集中在销售、市场营销和服务型企业成长领域。RAIN 集团还有两个官方博客：RainMaker Blog 和 RAIN Selling Blog。

欲了解 RAIN 集团更多信息，请访问：[www.RainGroup.com](http://www.RainGroup.com)。

### 关于 *RainToday.com*

RAIN 集团出版发行的网络杂志 *RainToday.com* 已经成为全球行业内最大的在线杂志，提供销售、市场营销和服务型企业成长的资讯，访问 [www.RainToday.com](http://www.RainToday.com)，你可以获得如下资源：

- ◆ 会员服务：为年度会员提供最新的见解、工具和建议，协助你的企业快速成长。
- ◆ 免费期刊，主题包括市场营销、销售及商业领域的专家建议，如约翰·杜尔 (John Doerr)、迈克·舒尔茨 (Mike Schultz)、吉尔·克拉兹 (Jill Konrath)、迈克尔·麦克劳克林 (Michael McLaughlin)、安德鲁·索贝尔 (Andrew Sobel)、布鲁斯·W. 马科斯 (Bruce W. Marcus)、查尔斯·格林 (Charles Green) 等营销专家的文章，专业服务领域的销售和营销主题也有涉及。
- ◆ 成功榜样和行业标杆研究报告，如《今日 RAIN 模式》的分析人员和专家写的《销售线索新思路》《客户如何购买》《费用与定价标杆基数报告》。
- ◆ 优秀企业的市场营销案例研究。
- ◆ 世界知名市场营销专家、RAIN 模式高手和商业领袖的访谈。
- ◆ 专为服务型企业的成长而设计的模板和工具。
- ◆ RAIN 模式高手和营销专家的网络视频讲座、研讨会和最新活动资讯。

### *RainToday.com* 会员

会员可以得到更多的见解和建议，并在成长的过程中得到帮助。年度会员还可以无限制获得所有信息、资料 and 高级文件，除此之外，

还可以得到实用工具、案例研究报告和视频课程等。欲知更多详情，请访问：[www.RainToday.com/StartYourMembership.cfm](http://www.RainToday.com/StartYourMembership.cfm)。RAIN 模式报告和每周免费期刊提供市场和销售服务方面的实用贴士和技巧，汇聚全球 RAIN 模式高手、领导者和营销专家的智慧，欢迎登录网站订阅。

*RainToday.com* 研究团队用最佳实践方案和行业标杆报告帮助销售人士、营销者和领导者发展、扩张他们的业务。*RainToday.com* 研究团队报告发布针对不同组织机构的客户化市场研究。

有关已经发布的研究结果，请访问：[www.RainToday.com/Research.cfm](http://www.RainToday.com/Research.cfm)。

## RAIN 集团所获六大奖项

在顶级销售与市场营销奖 (topsalesworld.com/topsalesawards) 评选中，RAIN 集团斩获六大奖项，其中四项金奖，一项银奖和一项铜奖。

顶级销售书金奖：《绝对成交话术内训手册》



顶级思想领袖金奖：迈克·舒尔茨和约翰·E·杜尔





销售精英资源网站金奖：[www.RainToday.com](http://www.RainToday.com)



顶级销售电子书金奖：*Why Sales Training Fails*



顶级销售网络研讨会银奖：*7 Principles of Successful Sales Training Programs*



顶级销售精英论文铜奖：*3 Ways to Improve Your Value Proposition Right Now*



莱昂纳德·A. 施勒辛格 (Leonard A.Schlesinger)

巴布森学院院长

没有销售，一切都无从谈起。这本书，迈克·舒尔茨和约翰·E. 杜尔提供了关于销售的所有有效方法！《绝对成交话术内训手册》是一本必读书！

阿德斯·阿尔比 (Ardath Albee)

《复杂营销中的网络营销策略》(eMarketing Strategies for the Complex Sale) 作者

《绝对成交话术内训手册》是创造对话的终极战略导向，其重大价值在于能帮你增加预约订单，使你以压倒性优势让别人失去竞争资格。

彼得·奥斯特罗夫 (Peter Ostrow)

Sales Effectiveness Aberdeen Group 研究所所长

在营销界，竞争高度激烈，所有专家们的意见层出不穷，舒尔茨和杜尔提出了一个有说服力的想法“思考个人方向”，由此来建立和维持与客户之间良好的长期发展关系。如果你相信销售的成功和服务并不是各自独立的，那么依照你的世界观，你将会高度同意他们教给你的东西，那是关于专业的成功销售所必备的能力、准备和技能。如果不是，那你就换一份工作。

迈克尔·W. 麦克劳克林 (Michael W. McLaughlin)

《赢得专业服务营销》(Winning the Professional Services Sale) 作者

舒尔茨和杜尔在盈利销售方面给我们提供了绝妙的指示。他们精准地定位了一个能够呼风唤雨的人的基本素质——掌握销售会谈。不要犹豫了，买下这本书，品读它的精髓，应用它的理论，你的财源就会滚滚而来。

托马斯·H. 达文波特 (Thomas H. Davenport)

《数据分析竞争法》(Competing on Analytics) 作者

那些不知道 RAIN 模式销售法的人认为销售取决于运气和性格。真正的高手知道销售关乎辛勤的工作，充分的准备和实际可行的策略。除了勤劳，你所需要的一切都在这本书中。

迈克尔·伯特 (Michael Port)

《纽约时报》畅销书《夯实自我》(Book Yourself Solid) 作者

销售方面的书籍虽多，但很少有像《绝对成交话术内训手册》一样有影响力。读了这本书之后，你会看到许多清晰的有说服力并且引人入胜的实例，告诉你一种几乎在所有场合都适用的销售途径。让我们向写出如此有魅力的书的舒尔茨和杜尔表示祝贺。

斯库特·金斯伯格 (Scott Ginsberg)

著名演说家，《如何成为那样的人》(How to Be That Guy) 作者

在这个商业化世界，价值是主要的标杆。RAIN 集团的智囊团们已经做了这项工作。它不仅是一本书，更是一首交响曲。他们为销售人员提供了日常训练方法，使他们的付出迅速得到回报。品读这本书，你不是收获一点点，而是会受益匪浅。

吉尔·康耐斯 (Jill Konrath)

《速售》(SNAP Selling and Selling to Big Companies) 作者

现在，业务繁忙的主顾们是不会在你的身上浪费时间的，除非你能让他们在每一次的会谈中有所收获。《绝对成交话术内训手册》会教会你把那变为现实的方法。

大卫·斯特恩 (Dave Stein)

ES Research Group, Inc. 创建人及 CEO

我爱这本书。为什么？因为《绝对成交话术内训手册》并不是一本方法空洞，对你的事业没有真正营养的书。这是一本货真价实的书。

毅冰

资深外贸人，畅销书《外贸高手客户成交技巧》作者

一年多前我就在香港读过此书的英文原版，RAIN 模式颠覆了销售的固有思维，深入挖掘了“探讨需求”的本质，提供了沟通的技能和说话的艺术，帮你赢得客户前所未有的信赖。销售不再是推销，而是双方的互信和双赢，各取所需。本书能让每个销售人员，变得无比专业、亲切、令人信服。

俞雷

帝标家居总裁“中国杰出经理人”

本书提供了销售各个环节所需的沟通技巧，让人真正体会到“说对了绝对能成交”这一销售哲理。

## 上 编 RAIN 模式准备篇

## 第 1 章 迎接销售新时代 3

为什么销售会谈能从“你好”开始,却不能以“成交”闭幕?  
接触潜在客户时仅凭寒暄拉近关系是肤浅的吗?  
客户决定不采购,是“时间杀手”在作怪吗?

## 第 2 章 RAIN 模式高手的自我对话 17

你曾扪心自问过,是否对销售抱有持续的热情?  
面对销售低谷,有人借口说:“客户不想要的东西,我当然  
卖不出去了。”而有的人却满怀热情地自我鼓励:“是我驱  
动客户的需求,而不是由客户决定。”为什么会有如此差异?

## 第 3 章 目标与行动规划 25

IBM 如何从年亏 81 亿的烂摊子变身“郭士纳神话”?  
被公立学校放弃的 150 名差生,如何在短短 4 年内几乎全  
部考进大学?

## 第 4 章 找准企业的价值定位 33

在“电梯推销”的开场白中,你是否已融合了产品的核心  
价值?  
针对不同的客户,“胶囊”式自我介绍能像复读机一样重复  
播放吗?

## 第 5 章 寒 暄 53

看到乔·吉拉德的“250法则”，你是不是像吃下一颗定心丸一样，不再怀疑“寒暄”发挥的作用？

面对满脸倦怠的客户，你为了把握好不容易争取到的会谈机会而无限制延长会谈时间，但是客户能记住你说的所有内容吗？

面对多家条件相当的供应商，客户往往只因喜欢谁家的销售人员而决定采购。

## 第 6 章 渴望与痛处 63

为什么有的人能够多年维护老客户，而有的人则需不断积累潜在客户群？

面对不爱讲话的客户，你该如何“撬开”客户的嘴，来一次大逆转？

## 第 7 章 冲击力 75

为什么将解决方案量化后，能快速拿下订单？

在会谈中给客户造成什么样的紧迫感，会促使客户做决定？

在销售会谈中，除了向客户阐明能得到的利润回报，你是否考虑过“自我满足感、同事认可”这些感性冲击力呢？

## 第 8 章 新现实 89

在给客户描绘未来的前景时，什么样的未来更能打动客户？  
提交给客户的解决方案，为什么要强调合作前后的对比，显示与竞争对手的差异？

## 第 9 章 平衡说服与询问 101

与客户侃侃而谈，不断提问时，你会错失什么？

为什么讲故事是说服客户的最佳法宝？

为了避免冷场，缓解紧张，你该如何做？

- 第 10 章 “5 个为什么”深挖客户需求 119
- 大野耐一为什么说“应急处理只是一种暂时的敷衍”？  
对于客户出现的问题，你是提供“邦迪贴”，还是询问“为什么”来找到背后的原因，成为彻底解决问题的专家？
- 第 11 章 销售影响力的 16 条原理 127
- 当客户说“对目前的现状挺满意”，你该如何说服他？  
为什么喋喋不休的劝服，不如冷处理主动喊停得到的回访机会大？
- 第 12 章 主导销售会谈 8 部曲 147
- 在什么阶段，商务邀请函会比方案策划书更能推动销售进展？  
与客户商定时间时，为什么不能回答“到时候再说”？  
虽然你已经与客户就他们的需求进行了探讨，客户也认同了，但为什么你还需要继续了解他们的 FAINT？
- 第 13 章 打电话寻找潜在客户 165
- 当客户的电话处于无人接听状态时，语音留言是留还是不留？  
区分潜在客户是否合格的 BANT 模型是否已经过时了，什么才是王道？
- 第 14 章 应对异议 191
- 销售人员有时候会无视异议，只因为他们有一对“只听好话”的耳朵吗？  
当客户对价格提出异议时，是否只是因为“每次都能得到降价”这个惯性使然？  
零商业银行经验的公司打败了有着雄厚商业银行背景的竞争对手，成交背后隐藏着什么样的玄机？
- 第 15 章 签单良机 205
- 为什么 80% 的购买行动都是在 5 次拜访后决定的？  
成交的关键在于提问，怎么样才能将陈述句变成诱导提问？

## 第 16 章 储备销售的专业知识 215

销售业绩良好的公司，难道只是因为其销售人员优秀、薪酬优渥？

千方百计与客户建立了良好的关系，却因专业知识匮乏而错失订单，岂不可惜？

## 第 17 章 备战销售会谈 225

每次登门拜访客户时，如果毫无准备轻松上场，你的每次出席都能赢得订单吗？

备战销售会谈，你在脑海中是否问过自己 6 大问题？

为什么与潜在客户是大学校友这一关联优势却比你的行业优势更能取得好的效果？

## 第 18 章 销售会谈的致命失误 231

在销售会谈开始前，你曾因缺乏准备工作、自我竞争力不强、说话穿着不得体、将客户当成假想敌、追求单赢而非双赢而失去会谈的机会吗？

在开场白阶段，你曾因缺乏寒暄、臆断客户的想法、夸夸其谈、不懂倾听而导致会谈中断吗？

在交谈过程中，你曾因忽视决策人、接受客户的搁置、过早提交解决方案、不合时宜地询问预算、过早放弃而失去客户吗？

附录 A 制订目标与行动规划可参照的模板 250

附录 B 与客户沟通的邮件模板 255

附录 C 挖掘潜在客户时所需注意事项 257

附录 D 业务发展联络规划示例 261

后 记 264



