

[美] 比尔·布鲁克斯 著
陆军 侯丽敏 戚海峰 译

阶梯

销售术

引领销售生涯 **六** 步骤

轻松化解
销售困境的
IN 系统



YZLI0890116188



格致出版社
上海人民出版社



Education

[美] 比尔·布鲁克斯 著
陆军 侯丽敏 戚海峰 译

阶梯

销售术

引领销售生涯**六**步骤



YZLI0890116188



格致出版社
上海人民出版社



Education

图书在版编目 (CIP) 数据

阶梯销售术/(美)布鲁克斯著;陆军,侯丽敏,戚海峰译. —上海:
格致出版社:上海人民出版社,2010

ISBN 978 - 7 - 5432 - 1871 - 0

I. ①阶… II. ①布…②陆…③侯…④戚…
III. ①销售学 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 222895 号

责任编辑 王 炜

封面设计 路 静

阶梯销售术

[美]比尔·布鲁克斯 著

陆 军 侯丽敏 戚海峰 译

出 版 世纪出版集团 格致出版社
www.ewen.cc www.hibooks.cn
上海人民出版社

(200001 上海福建中路193号24层)



格致出版

编辑部热线 021 - 63914988

市场部热线 021 - 63914081

发 行 世纪出版集团发行中心
印 刷 上海商务联西印刷有限公司
开 本 635 × 965 毫米 1/16
印 张 13
插 页 1
字 数 130,000
版 次 2010 年 12 月第 1 版
印 次 2010 年 12 月第 1 次印刷
ISBN 978 - 7 - 5432 - 1871 - 0/F · 359
定 价 28.00 元

译者序

营销管理的理论经过多年的发展,已经成为了一门成熟的课程,其理论体系在全球得到了高度的认同。随着我国加入 WTO 和经济全球化水平的日益提高,目前中国企业对于优秀的市场营销类图书的需求也在日益增加。但是较为遗憾的是,在各种营销类书籍中,对市场营销工作的具体运作具有直接、有效的指导作用的图书十分缺乏,因此引进国外优秀且实用的市场营销类工具书显得尤为重要。

本书是著名营销学者比尔·布鲁克斯先生在营销实践方面的一本力作。书中提出了一个对于提高销售人员销售技术具有重要指导作用的 IMPACT 销售系统,该销售系统反映了销售人员若要取得好的销售业绩并赢得客户的信任和喜爱所必须经历的六个阶段。IMPACT 销售系统如同阶梯一样,让销售人员一步步登上职业的高峰。我们认为该书不仅系统地介绍了 IMPACT 销售系统,而且还结合作者自身的经验提出很多具有重要指导价值的销售技巧,可以说科学性与艺术性的有效结合是本书最突出的特点。

在翻译过程中我们查阅了大量的相关资料,力求使译稿能够做到准确和精练。本书翻译工作是在华东理工大学梅清豪教授的指导下,由陆军、侯丽敏、威海峰三位老师完成的,其中第一、二、五、六、九、十章由侯丽敏老师负责,第三、四、七、八、十一、十二章由威海峰老师负责,全书最后由陆军老师审阅修改并最终定稿。

本书在翻译过程中得到过许多朋友和同事的热心帮助,特别是华

东理工大学商学院的梅清豪教授给予了大力支持和帮助,上海世纪出版股份有限公司高等教育图书公司的责任编辑王炜为本书的出版倾注了大量心血,在此一并表示衷心感谢!

由于译者水平所限,译著中难免存在一些疏漏不妥之处,敬请各位读者不吝赐教。

陆军 侯丽敏 戚海峰

序言

销售是一门伟大的职业。很多人投身于这一职业但是只有很少的人能够脱颖而出。

世界上有很多销售员,然而能称得上销售专家的人却很少,这些销售专家收入丰厚,向顾客传递巨大的价值,并且年复一年地保持着事业上的成功。

本书将帮助您成为这些佼佼者中的一员,但是到最后能否成功完全取决于你自己。因为你将发现销售是一门科学,当你正确实践时,它就成为了一门艺术。不是每个人都有成为艺术大师的天分,同样在销售领域也存在这种情况。成功的销售需要实干、学习、勤奋实践和无尽的工作时间的投入。

现在有一个简单的问题:你将以多大的热情投入到工作中去?除非你亲自去做了,否则这本书里的战略、战术、技术和规则不会起任何作用。你面临着挑战,同时你也拥有这本书,现在是时候让它充实你的大脑了。

但是,这里也有诀窍,这些诀窍能够让你在销售领域获得成功,这些诀窍就在你自身,问题是你能否把它们发挥出来,机会掌握在你的手中。

为什么要读这本书?

不论您是新手还是专业的销售员,本书中的观点、概念、策略和方

法都能帮助您在事业上更上一层楼。

本书的内容已经被 30 年来世界上许许多多的销售专家的销售经历、销售管理经验、营销经历和培训辅导经历验证过了。

您销售的事物不论价格多少,不论是产品还是服务,不论是企业对企业的还是企业对消费者的,本书中的许多观点都能对您的销售生涯产生不可估量的影响。

但是最重要的还是行动,仅仅了解、思考这些观点是不够的,应该把它们用在实处。销售的观点仅仅保留在书面上是毫无意义的。销售的策略技巧是需要经常使用、检验、修改、调整和改变的,从而使它们适合你自己的特点。

本书纵览

第 1 章您将会被带入到面目一新的 21 世纪的销售世界,并且您将了解到什么是真正的专业销售,您还将了解销售人员常犯的两个错误,这两个错误能导致他们职业生涯的失败。随后还有如何避免销售中的 20 个致命错误。接着是能给您的销售生涯带来巨大成功的 7 条法则。

第 2 章将为您揭示销售专家成功的重要秘诀,如何分辨合格的预期顾客,掌握理解需要,了解被信任和仅被喜欢之间的巨大差别。您

将读到关于购买力、紧迫感、定位和时机选择以及有关销售的6个法则方面的内容。您还将了解到IMPACT销售体系的巨大作用。

第3章将帮助您更好地了解关注点的作用以及如何明确关注点，如何完善自己的销售观和怎样利用自己的时间、才能、资源和优势。您还将有机会对自己的销售天分进行审查。

在第4章您将了解个人定位的力量，在面对顾客和预期顾客时有效定位自己的10种方法，错误定位自己的6个误区以及如何避免这6个致命的错误，如何将自己定位成专家，一些关于着装、风格和形象方面的小窍门以及自我形象怎样帮助您正确地定位自己。

第5章将向您介绍如何区分持怀疑态度的顾客和合格的预期顾客。本章还将对市场进行细分研究，使您更了解自己产品或服务的市场。本章还将告诉您那些拥有较多合格预期顾客的销售人员通常爱问的几个问题以及如何使自己成功的机会最大，如何保持一切井然有序，需要掌握的六个方面的顾客信息，如何使自己成功等等。

第6章主要谈的是拜访前计划，这是销售中最容易被忽略和误解的方面。您将得知怎样研究自己的顾客，怎样发展内部支持，怎样审视自己的资源以及怎样完成自己事先制订的计划表。您还将了解到给顾客打电话时如何做好身心准备，当进行销售推荐时怎样把握机会，怎样确保自己的介绍准备得很充分。

第7章将详细告诉您怎样保证能与顾客和预期顾客见面，您将学

会怎样让预期顾客信任你,怎样与顾客保持友善的关系并确保同顾客打交道时与顾客处于平等的地位。您还将学会如何缓和紧张的气氛,如何做个好客人,怎样使自己的推销介绍更加流利和通俗易懂,怎样在拜访时让预期顾客有一个自然宽松的心情以及怎样以最有效的方法使他们倾听自己的推销介绍。

在第8章中,您将了解到提问的重要性,在销售中易犯的致命错误以及如何去避免它们。您将学会如何成为一个好的倾听者。您还将得知提问时要避免的九件事和深化提问的具体方式以及无论你销售什么都要向预期顾客询问的14个问题。本章还会告诉您一些销售人员随时随地都能用到的简单但十分有说服力的句子。

第9章将详细告诉您怎样使你的产品或服务满足预期顾客最强烈的需求、需要和渴望。您最终将会知道什么是真正的价值以及怎样传递这些价值。本章的其他内容将告诉您怎样避免讨价还价的问题,怎样强调正当利益以及何时定价和怎样定价。您还将得知如何应对顾客常说的诸如“你的价格太高”之类的话。

在第10章中您将得知怎样令你的预期顾客相信你所提供的产品或服务是他们最好的选择。这个道理是如此的简单:如果你的预期顾客不相信你,他们就不会买你的产品。本章将告诉您怎样使你的预期顾客相信你并且按照你所说的去做。

在销售中,如果你不能最终完成交易,你就失败了,这是很容易理

解的。在第 11 章中你将学到一些能够保证销售顺利完成的有用的、被证实的并且简单的方法,而不是使用那些高压、强逼和缺乏诚信的方法。

保持自我激励和销售的动力是一项内在的工作。它只在你自己的身上发生,其他人都做不到。最后一章将告诉你 10 个最有效的方法,这些方法可以使你在销售这项游戏中永远处于领先地位。本章还将告诉你怎样成为真正的销售专家。

特色

本书利用友好的、亲近的方式给读者提供了一些实用的信息。这些板块相对较短,处理一些战术性的问题并且还包含很多案例。它们被设计成不同的风格以便为读者提供不同类型的信息。这些板块大家都能在书中找到,下面是对这些板块的描述。

管理智慧:这个板块的内容正如它的名字,给读者提供一些窍门和策略以帮助读者更智慧地管理销售过程。

提示:这个板块对计划和实施销售时容易出错的事情提出警告。

销售诀窍:这个板块告诉读者怎样从内部获取技术人才来创造互利关系从而导致销售的成功。

关键术语:每门学科都有自己的专业术语,本书也不例外。这个

板块是对本书中的专业术语进行解释。

实例:为了使书中的原理得到更好的理解而举一些例子往往很有用。这个板块对销售原理的应用提供了描述。

工具:本板块为读者提供了使用本书的建议时应该遵守的一些程序。

错误防范:在与顾客打交道时如何保证自己不犯错误？你恐怕不能保证。而本板块将给你提供一些建议，从而使你犯错误的可能性最小。

致谢

本书的问世，得到了许多人的鼎力相助。首先我要感谢我的学员，我从他们那里学到了很多東西，比我教給他們的還要多。他們的信念和信心給了我很深的印象，並充實了我的生活。

邦妮·乔伊斯一直以来都担任我的助手，没有她的帮助，本书是难以出版的。她对本书进行了一遍又一遍的修订，虽然工作很枯燥但她没有任何怨言，她才是真正值得尊敬的。

在我写这本书时，随着交稿日期的不断临近，我的妻子南茜也不得不适应每天紧张的日程。我还要多谢我的儿子韦尔的帮助，他现在正在攻读一个英语学位。

我还要感谢广大的读者，是你们的期望给了我动力。我希望我们能超越您对本书的期望。

目录

Contents

第1章 21世纪的销售 1

销售是什么 1

销售中的20大错误 2

成功销售的七条一般性法则 3

一般性法则的细节问题 4

销售作为专业,适合你的位置在哪里 15

本章要点回顾 16

第2章 专业销售:内部诀窍 17

揭示销售成功的最大秘诀 18

合格的预期顾客的五个特征 18

不是在你需要的时候进行销售 22

专业销售最本质的两个要素 23

一致性销售方法的重要性 27

引导销售生涯的6条法则 28

本章要点回顾 38

第3章 关注点,合作与充分利用 40

- 关于关注点 41
- 明确你的关注点 43
- 建立自己的销售哲理 45
- 充分利用自己的时间、能力、资源和优势 47
- 个人销售才能的审视 48
- 本章要点回顾 51

第4章 调查阶段(第一部分)——定位 53

- 个人定位的作用 53
- 实现良好定位的10种方法 55
- 导致自我定位错误的6个误区 56
- 如何把自己定位成专家 58
- 着装、风格和形象 60
- 自我形象与定位自己的作用 63
- 本章要点回顾 64

第5章 调查阶段(第二部分)——开发 66

- 假想顾客与合格预期顾客的区别 66
- 三条最精髓的开发原则 68
- 你的机会是什么 71
- 保持组织性的六个方法 74
- 接近预期顾客 75
- 你到哪里去寻找预期顾客 76
- 电话 77
- 安排会面 81
- 本章要点回顾 83

第6章 调查阶段(第三部分)——拜访前设计 85

- 做好研究 85
- 发展内部支持 88
- 预期顾客的内部支持团队 89
- 确认你的会面 91
- 心理准备 92
- 生理准备 94
- 准备:定位、开发以及拜访前的计划 95
- 本章要点回顾 95

第7章 会面阶段:面对面地吸引你的预期顾客 97

- 吸引你的顾客 97
- 第一印象 99
- 尽可能增强信任 101
- 不要支配一切——善于分享 102
- 把它整合起来 104
- 建立沟通的桥梁 107
- 如何跨越沟通的桥梁 109
- 本章要点回顾 110

第8章 探究阶段:询问有关达成销售的问题 112

- 避免致命错误 112
- 一切始于倾听 113
- 如何发现预期顾客将要购买什么 115
- 有关异议解决 117
- 怎样将产品的特色和利益结合起来 118
- 基于需要的问题 120

- 基于异议的问题 122
- 十四个制胜的问题 124
- 在继续工作前要做好充分的准备 125
- 你能运用的最有效的话语 126
- 本章要点回顾 127

第9章 应用阶段:使你的产品或服务解决问题 129

- 基于应用的销售与基于证明的销售 129
- 保证销售的四点建议 130
- 如何运用基于应用的销售背后的原则 134
- 让产品介绍变得更精彩的四种已被证明的方法 139
- 如何提出价格并得到它 141
- 价格陷阱 142
- 反馈问题的一些例证 146
- 本章要点回顾 148

第10章 说服阶段:使你的预期顾客相信 151

- 销售是一个有价值的职业 151
- 人们对于足够相信的事就会采取行动 152
- 证实你的宣传 153
- 提出你自己的证据 157
- 证明价格的合理性 161
- 减轻顾客对购买的恐惧感 162
- 本章要点回顾 165

第11章 完成阶段:达成及结束销售 167

- 整合销售,而不是顾客 167

销售条件的谈判 168

消除异议 172

请求下单 174

加强和巩固销售 177

本章要点回顾 180

第12章 如何建立并维持销售势头 182

动力、适应力和乐观 182

专业销售的10条成功真谛 183

本章要点回顾 191