

营销赢天下

高效能 销售^的 自我修炼

一本让你成功拿下订单的案头书
轻松成就销售精英

学者的头脑 + 艺术家的心 + 技术者的手 + 劳动者的脚 = 高效能销售

凤凰出版传媒集团
凤凰出版社

营销赢天下

高效能 销售^的 自我修炼

凤凰出版传媒集团
凤凰出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

高效能销售的自我修炼 / 李成林著. -- 南京 : 凤凰出版社, 2011. 8
ISBN 978-7-5506-0645-6

I. ①高… II. ①李… III. ①销售—通俗读物 IV.
①F713. 3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 129623 号

书 名 高效能销售的自我修炼

著 者 李成林

责任编辑 韩丽娜

出版发行 凤凰出版传媒集团 凤凰出版社

出 品 凤凰出版传媒集团 北京凤凰天下文化发展有限公司

公司网址 北京凤凰天下网 <http://www.bookfh.cn>

印 刷 北京市施园印刷厂 (通州区张家湾镇施园村)

开 本 700×1000 毫米 1/16

印 张 17

字 数 290 千字

版 次 2011 年 8 月第 1 版 2011 年 8 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5506-0645-6

定 价 29.80 元

(本图书凡印装错误可向发行部调换, 联系电话: 010-58572106)

前 言

- 虽具有娴熟的销售技巧，但缺乏销售策略和销售心理学训练，不会进行客户性格的分析与研究。
- 拜访客户很多次，工作却仍无法推进。
- 产品说明过程中不会使用心理学的原理，让客户迅速购买。
- 客户已经发出了明显的信号，自己还不知道，反复沟通，错失成交的良机。
- 已经成交，却不会发挥影响力优势进行交叉销售、转介绍，也不会拓展更大市场。

.....

这些都是销售人员经常遇到的问题。

如何解决这些问题呢？于是，我萌生了写一本将销售策略、销售心理学与销售技巧完美结合的销售书。摆在你面前的这本书，就是结合了销售策略、销售心理学原理，参考了该领域的最新研究成果——销售策略管理、影响力销售、左右脑销售、催眠销售等，根据当今销售领域的一线实际情况，对专业销售技巧进行了革新与调整，使之成为新一代的销售书籍，相信一定会将你的销售工作推上更高层次。

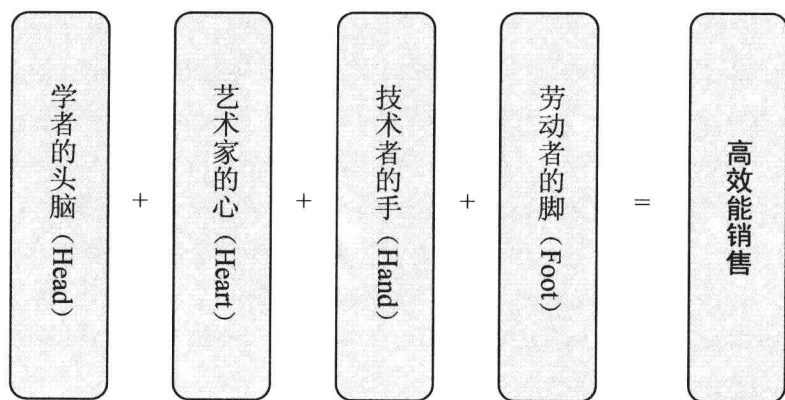
使用双手的是劳工；

使用双手和头脑的是舵手；

使用双手、头脑与心灵的是艺术家；

只有合作使用双手、头脑、心灵再加上双脚的才是销售人员。

每个人都能实现高效能销售



现在就业形势严峻，很多刚毕业的大学生稀里糊涂就进入销售行业，做起了一名销售人员。但由于缺乏培训和指导，工作一段时间后他们开始对自己怀疑——我是做销售的料吗？销售工作是我合适的选择吗？据最新的调查显示，新销售人员“阵亡”的周期为 90 天，很多人稀里糊涂地进入，莫名其妙地退出，着实遗憾。其实经过有针对性的系列培训，每个人都能实现高效能销售，都能成为金牌销售人员。

销售是一个科学加艺术的过程，其中科学占 70%，艺术占 30%。盲目推崇销售的艺术性，将使销售成为不可知的神秘领域，从而减少了这门课程的操作性。这本书将销售的科学性完整地展现给大家，使每一个想成为金牌销售人员的人都能够如愿以偿。

一个人成功需要三方面的素质——态度、知识和技能，这就是 ASK 模型（有人将“习惯”也加进来。播下一个态度，收获一种行动；播下一个行动，收获一种习惯；播下一种习惯，收获一种性格；播下一种性格，收获一种命运。所以习惯是由态度决定的，态度还决定了命运。因此我们就不把它列入模型了）。这三方面又各成体系，包含很多因素，由此排列组合，形成成千上万的类型，从而形成了色彩斑斓的人类社会。

这本书的结构也是按照这个模型展开的，我们先对销售人员的态度进行了探讨，接下来对销售人员的知识结构做了介绍，最后详细地研究了销售人员应该掌握的销售技能。态度和知识部分是一个漫长的修炼过程，本书只是阐明了要求的方向、结构和修炼的方法，留给读者在工作生活中学习提高。销售技能

是本书的解决重点，我们先从销售拜访的步骤开始，详细讲解每一个阶段要求的技能，而这些内容又按照传统文化中的道、法、器结构，从理念、方法和工具三个层面来构架，使你学了就会用，马上提高销售业绩。

孔子说：“劳心者治人，劳力者治于人。”虽然说勤能补拙，但如果用脑思考，精心策划，就会使你的销售事半功倍，业绩飞增。所以本书与其他销售技巧类图书的最大区别就是专门有一节研究销售策略制定，并且在销售的各个环节也强调销售策划，用脑经营，从而让销售人员不但正确做事，还要做正确的事。

销售学的核心就是洞悉消费者心理，从而创造需求、发现需求、引导需求并满足需求的过程。所以对消费心理学的实际运用也是本书的重点内容，这些内容渗透在本书的相关章节中。

人的意识分为意识和潜意识两个层次，我们平时只注意开发了意识层面，忘记挖掘潜意识的威力帮助销售。唤醒你心中的巨人，让两个人——意识和潜意识——帮助销售，相信你的业绩也会翻番增长。中国人讲心脑合一，所以用心销售也就是用脑销售。这些内容也会渗透到销售的每一个环节训练中，要求你做到润物细无声的地步，让你真正实现高效能销售的自我修炼。

第 1 章 像爱生命一样爱销售 / 1

销售是最能激发潜力的职业 / 1

正确认识销售工作 / 3

高效能销售人员的必备素质 / 4

进行准确的自我定位 / 6

做好自我管理 / 7

做好目标管理 / 8

做好时间管理 / 11

附录 1-1: 人体生理时间表 / 15

做好销售职业生涯规划 / 17

第 2 章 激发你的内在潜力 / 22

坚定自己的信念 / 23

激发自身潜力 / 24

附录 2-1: 成功的 17 条黄金定律 / 27

成功最关键的 6 种正确心态 / 31

成功需要马上行动 / 44

第 3 章 高效能销售必备的五大知识模块 / 46

充分了解自身产品 / 46

附录 3-1: 搞定客户, 买点和卖点齐抓 / 48

附录 3-2: 产品卖点的另类挖掘 / 50

附录 3-3: 附加价值销售法 / 54

成为行业专家 / 57

认识消费者 / 58

透析竞争对手 / 62

剖析企业自身 / 65

第 4 章 测测你的销售技能商数 / 66

销售技能自我测试 / 66

销售不仅仅是卖产品 / 68

选择正确的销售策略 / 74

高效能销售的必备技能 / 83

附录 4-1: 出租司机给我上的 MBA 课 / 83

第 5 章 在客户心中“播种” / 87

催眠式销售 / 88

进入客户的感觉频道 / 89

让客户亲身体验到真正的价值 / 90

利用构图技巧刺激客户的购买欲望 / 91

在客户心中种下“心锚” / 92

巧用销售魔法词 / 93

巧妙运用全脑销售博弈 / 94

赢得客户的好感 / 99

把客户异议“斩草除根” / 99

影响力销售 / 103

第 6 章 高效能销售的 13 项实战操练 / 108

客户资料收集的技巧 / 108

销售计划制定的技巧 / 117

成功实现电话约访的技巧 / 120

附录 6-1: 电话销售中的 4C 理论 / 132

访前准备的技巧 / 136

开场白与寒暄的技巧 / 146

增加亲和力与赢得信任的技巧 / 151

挖掘客户需求的技巧 / 160

附录 6-2: SPIN 技术 / 173

介绍产品的技巧 / 183

产品展示说明的技巧 / 197

处理拒绝与异议的技巧 / 204

附录 6-3: 博恩·崔西解除客户抗拒的 8 个步骤 / 212

附录 6-4: 有效应对客户的 8 种借口 / 216

附录 6-5: 报价的学问 / 219

附录 6-6: “金额细分法”——对价格的异议 / 221

附录 6-7: 看穿客户异议的心理过程 / 225

促成成交的技巧 / 228

收回账款的技巧 / 245

售后服务的技巧 / 248

像爱生命一样爱销售

销售是最能激发潜力的职业

很多大学生在走向社会找工作的时候问我：“我该选什么职业？”我每次都会坚定地说：“做销售人员。”也许是因为我看到太多的成功者故事，也许是因为我的成长经历，我相信销售是最能激发一个人的潜力并帮助他成功的职业。这一点也得到业界的证实。据调查：美国 40%以上，甚至是 50%以上的 CEO 都是做销售出身的。就连美国前总统里根也曾做过两年的销售工作。

收入是衡量个人素质和能力的重要标准。销售是一个报酬率非常高的艰难职业，也是一项报酬率最低的轻松工作。所有的决定均取决于自己，一切“操之在我”。你可以是一个高收入的辛勤工作者，也可以成为一个收入最低的轻松工作者。成功的销售人员都认为销售就是热情，就是战斗，就是勤奋工作，就是忍耐，就是执着的追求，就是勇气。销售人员就如同古代的战士一样，战死疆场是每个战士的一种归宿和荣耀，软弱、绝望和放弃只能使自己面临被人奴役的失败的命运。做销售，最大的魅力就在于“没有什么不可能”，敢挑战这句话的人，才算是真正从骨子里热爱销售工作的人。

一份对近 10 年国内销售型企业人员管理咨询的统计资料表明：销售人员

的年流失率为 30%~80%，同时，平均每流失一个销售人员，企业遭受的直接与间接损失是该流失人员月薪的 4 倍以上（其中最大损失是该员工的不良情绪对团队和客户产生的影响）。另有一组数据表明，业绩排在前面的 30% 的优秀销售人员完成的业绩占销售总量的 60% 以上。销售人员流失是企业 and 销售人员个人都不愿看到的，尤其是优秀销售人员的流失。那么，是什么促使了这样的事情发生呢？

新销售人员从头做起，属于“四无”——无基本工资、无铁杆客户、无人指导、无职务，加上缺乏培训和指导，工作一段时间后他们开始对自己怀疑，我是做销售的料吗？销售工作是我合适的选择吗？做销售工作有出头之日吗？这些疑问导致新销售人员通常不超过 90 天就会“阵亡”。

销售工作是压力最大，同时也是猝死率最高的工作之一。背负繁重销售任务，永远没用停歇的机会，常常使人心力交瘁。常年在外奔波，缺少感情交流，很多事情需要一个人扛负，常使人失去生活情趣。一个经典的手机短信，形象地描述了销售人员的境况：一把鼻涕，一把眼泪；投身销售，英勇无畏；西装革履，貌似高贵；其实生活，极其乏味；为了生计，吃苦受累；鞍前马后，终日疲惫；用户投诉，照死赔罪；点头哈腰，就差下跪；日不能息，夜不能寐；用户一叫，立马到位；屁大点事，不敢得罪；一年到头，不离岗位；劳动法规，统统作废；身心交瘁，无处流泪；逢年过节，家人难会；追讨欠款，让人崩溃；开发客户，经常喝醉；不伤感情，只好伤胃；工资不高，还装富贵；拉拢行贿，经常破费；五毒俱全，就差报废；稍不留神，就得犯罪；抛家舍业，愧对长辈；身在其中，方知其味；不敢奢望，社会地位；全靠傻傻，自我陶醉；销售精英，精神万岁。

受这些因素影响，即使业务成功的人也希望自己早日功成身退，转行做管理，或者自己做老板。

不经历风雨，怎么见彩虹？每一个成功者都要经历这样一个磨砺自己的过程。从事任何一个职业都会经历这样艰苦的过程，都要经历“吾将上下而求索”的淬炼。而销售行业也许是最快、最高质量地完成整个过程的职业。也只有在开始阶段能很好地、高质量地完成销售工作的锻炼，才会更快地实现自己的人生目标，获得事业、金钱及个人成长。

正确认识销售工作

既然要在销售工作中出类拔萃，早日完成对人生的磨炼，首先我们得弄清销售是一份什么样的工作，销售人员都应该做哪些事，具体见图 1-1 所示。

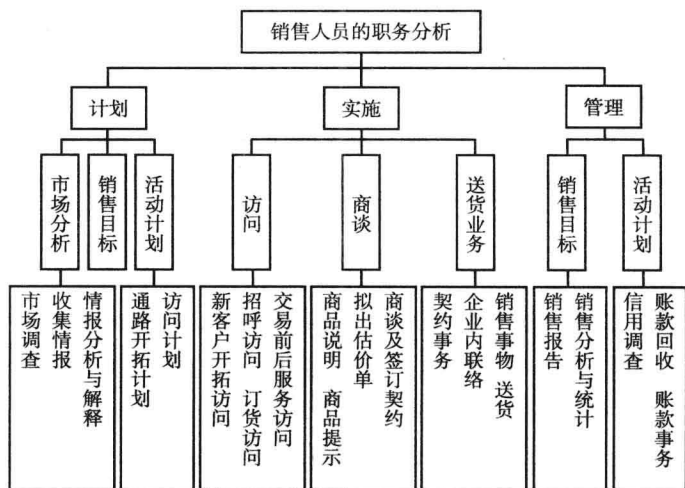


图 1-1 销售人员的职务分析图

销售人员的 6 项基本职责包括：

- 信息收集及分析——收集行业、客户、竞争对手的相关信息，为企业的决策提供依据，提出建议。
- 拜访客户、回访客户——负责客户的开发、维护和管理。
- 送货收款——负责合同的签订，跟踪货物的运输，回收客户未付的货款。
- 售后服务——跟踪客户的产品使用情况，及时跟踪、督促企业相关部门处理客户投诉。
- 宣传推广——宣传、推广公司及产品，树立品牌形象，提高市场占有率。
- 销售行政工作——及时填写工作报告和相关作业表格，如实汇报自己的工作进展。

高效能销售人员的必备素质

我们先看一下高效能销售人员的特点。调查显示，如果从销售业绩差异看高效能销售人员的特质，与销售业绩相关性最大的前5项能力是：客户了解度、好胜好强、取悦心理、情绪稳定、大方自信。与销售业绩相关性最小的因素是：文化程度、工作经验、年龄、工作时间。

从客户的满意度看高效能销售人员的特质，客户最喜欢销售人员的前5项因素是：能理解人、能拿出好主意、对人诚实可靠、对客户经常关心帮助、不怕被拒绝。客户最讨厌的销售人员的表现是：话多、欺骗、不负责任、没主意、没耐性。

从行业特性和销售流程看高效能销售人员的特质，销售领域不存在通用型销售人才，即使在同一个企业内部，商场销售和批发经销网络以及大客户销售所要求的人员特质也是不一样的，新产品推广和老产品维护的销售人员风格差异也很大。如保险代理人需要有强烈的说服欲和“屡败屡战”的勇气；而麦当劳的服务生应该懂得欣赏别人对他服务所回报的赞美，并以此更努力地工作；一个知名品牌的销售人员则需要“耐心、悉心维护客户和一贯化的自我管理 ability”。

有些人提出，要成为一个好的销售人员，必须具备几类人的素质和长处：

- 宗教家——传教士的精神。
- 哲学家——穷理致知，求知求真。
- 科学家——有系统、有条理、有步骤、有组织能力。
- 运动家——设定目标并打破纪录。
- 社会改良家——永远要做最棒的。

有些人在此基础上提出 3H1F 模型：Head——学者的头脑，Heart——艺术家的心，Hand——技术者的手，Foot——劳动者的脚。

有些专家还根据英文单词的字头，还提出销售素质模型——Salesman & Salesmanship（见图 1-2）。

总结以上观点，一个高效能销售人员需要具备良好的态度、一流的技能和丰富的知识，也就是我们所说的 ASK 模型。

S	Smile & Speech (微笑与表达的能力)
A	Action (快速行动的能力)
L	Listen (聆听的能力)
E	Education (自我教育与精进的能力)
S	Service (服务客户的能力)
M	Money (判断客户购买的能力)
A	Authority (判断客户购买决定的能力)
N	Needs (判断客户购买需要的能力)
S	Smart (聪明的, 精干的)
H	Humor (幽默的)
I	Imagination & Invention & Intelligence (想象、创造、情报等三方面的能力)
P	Passion (热忱)

图 1-2 Salesman & Salesmanship 模型

ASK 模型 (见图 1-3) 的第一个因素是 Attitude——态度。思想决定行动。永不放弃、热情和帮助客户成功是优秀销售人员必须具备的心态,具备了这三个心态的销售人员才是具备积极心态的销售人员。积极的心态可以衍生出自信、勤奋、努力、敬业和认真这些成功所必需的因素。态度方面具体的工作要求还包括:职业化精神、团队合作、客户服务意识、危机意识、自我激励、压力管理等。

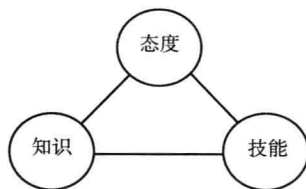


图 1-3 ASK 模型

ASK 模型的第二个因素是 Skill——技能。基本销售技能主要包括:销售前的准备技巧 (了解推销区域、找出准客户、做好销售计划等)、销售礼仪、接近客户的技巧 (电话约访客户、直接拜访客户等)、开场白的技巧、询问与倾听的技巧、产品展示和说明的技巧、处理客户异议的技巧、临门一脚的技巧、撰写建议书的技巧等。专业销售技能包括:人际沟通技巧、演讲技巧、谈判技巧、冲突管理等。更高一层的技能包括:渠道管理、大客户销售管理、区域销售管理、销售团队管理等。

ASK 模型的第三个因素是 Knowledge——知识。行业知识、专业知识、竞争对手知识、客户的知识,这些外在的知识必须掌握。公司产品及服务介绍、销售宣传资料的使用、公司成长史、公司文化和价值观、公司组织结构、办事流程、薪酬福利及考勤制度,人事、行政、财务各项规章制度等这些内在的知识更不能少。

从重要性来看，Attitude（态度）是成功的支点，在三者之中是最重要的，所谓“态度决定一切”，有了积极的态度，就会主动学习知识，提高技能。就像图 1-3 中的三角形，如果增加“态度”的夹角，“技能”和“知识”会成倍放大，可以说是“四两拨千斤”。

如果将 ASK 模型比作一座冰山（见图 1-4），露在海平面之上的部分就是知识和技能，也就是我们平时看到的，一个销售人员思路敏捷、能言善辩、解决问题能力强，拿到定单快速。掩盖在海平面底下的部分才是冰山的主体，是冰山的最大部分。当年泰坦尼克号就是撞在了海平面底下的冰山上才沉没的。态度就是海平面底下的冰山，它决定了销售人员知识和技能发挥程度，决定了是否能成功。态度不端正，再好的技能，再全面的知识也不会产生销售业绩，正像带领中国男子足球队打入日韩世界杯决赛阶段的神奇教练米卢所说的：“态度决定一切。”



图 1-4 冰山示例

进行准确的自我定位

美国《训练与发展》杂志曾研究和发表过一个著名的销售风格模型（见图 1-5）：以“对成交关心程度”为横轴（即销售的意识和技能），“对客户关心程度”为纵轴（即对客户需求的了解和把握），根据两者的高低组合，销售人员大体可分为四种类型：事不关己型、强力推销型、关系导向型、解决问题型。

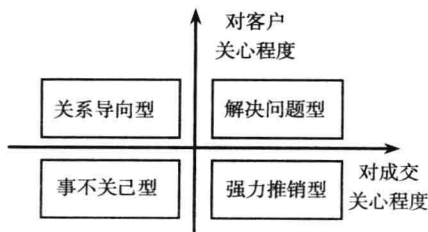


图 1-5 销售风格模型

1. 事不关己型。“要买就买，不买拉倒”心态，销售者无明确工作目的，缺乏强烈的成就感，对客户实际需要漠不关心，对公司业绩也不在乎。

2. 关系导向型。定位客户为朋友，处处顺着对方，把建立和保持良好的关系作为自己推销工作的首要目标，却忽视了销售和利润的实现。

3. 强力推销型。反复、激情式的产品优点叙述，试图通过控制交易的每一环节达到说服和推销的目的，不管客户的实际需要和购买心理。

4. 解决问题型。既了解自己，也认知对方；既明了产品的用途，也知道客户到底想什么；既积极主动，又不强加于人。善于研究客户心理，把握真实需求，针对发掘出的客户问题、困难和不满提供解决方案。

研究显示，在“成交”和“客户”两个方面都倾注全力的解决问题型销售人员，其业绩要比只关注产品和“成交”的强力推销型销售者高出很多倍。

根据态度和能力两方面，也可以将销售人员分成四类（见图1-6）：

1. 态度好，能力好——精品，是企业核心骨干人员，需要企业支持、授权，让其发挥更大的作用。

2. 态度好，能力不好——半成品，通过培训、辅导，帮助其成长，尽快变成精品。

3. 态度不好，能力不好——废品，这些员工是企业应该尽早辞退的。

4. 态度不好，能力好——毒品，谨慎使用，通过私下沟通，如果能够统一思想，可以使用；如果不认同企业文化，应尽早辞退。就像本·拉登，当年在阿富汗配合美国人打击苏联人时骁勇善战，为美国带来很多利益。同样一个人，在“9·11事件”中却对美国进行了沉重打击。

每一个销售人员都要知道自己所处的位置，通过不断学习，调整好自己的心态，使自己尽快成为企业的精品人员、核心骨干，为企业和自己的发展赢得更大的业绩。

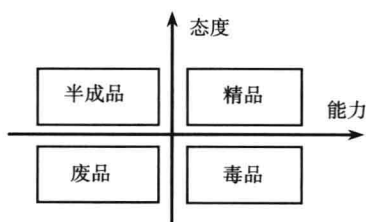


图1-6 销售人员分类

做好自我管理

卡耐基说：“能够完全占有自己的心，也就获得了世界上最珍贵的珍宝。”

中国传统文化讲“慎独”，也就是自己一个人的时候更应该管理好自己。一个人在独处时候的行为最能真实地反映一个人的素质，也最能决定一个人以后成就的大小。销售人员经常孤身工作，在没人监督的情况下，如何克制自己懒惰、散漫等消极思想，管好自己的心，在有限的时间里创造优异的业绩，是日后成功与否的关键。

自我管理包括：

对工作的管理能力——以目标为导向，全力以赴，完成任务。

对生活的管理能力——控制自己的作息时间、娱乐学习、饮食消费，要求健康有序，投资长远发展。

对情绪的管理能力——一个人的成功 80%靠的是 EQ（情绪管理商数），20%靠的是知识和技能。控制好自己的情绪，建立和谐的人际关系，为成功创造良好的外部条件。

销售人员要做好自我管理，就首先做到自我驱策。自我驱策的内容包括：

- 销售区域彻底访问。
- 客户意愿迅速处理。
- 对刁难客户保持和蔼态度。
- 决不放弃任何机会。
- 维持及扩大人际关系。
- 自动自发。
- 不断学习。

做好目标管理

对于一艘没有航行目标的船，任何方向的风都是逆风。销售人员更多地要单独作战，如何通过自动自发完成公司下达的销售目标是核心问题，所以目标管理对销售人员很重要。制定目标有助于我们更加明智地工作，有助于我们集中精力实现最重要的目标。

目标管理的优点

- 通过制定有挑战性的目标来提高自己的积极性和绩效。