

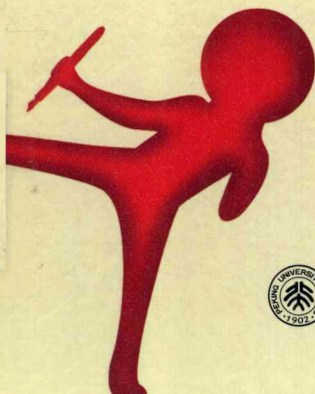
和
锋
著

10分钟 销售演练 手册

书读千遍，不如演练一遍

10 Minutes
Sales Training Manual

越早看，你走的弯路会越少
从准备到成交，5个环节 27个关键点
手把手教你变困境为良机的成交绝招



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

和
锋
著

10 Minutes Sales Training Manual

10分钟
销售演练
手册



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

10 分钟销售演练手册 / 和锋著. —北京: 北京大学出版社, 2012.2

ISBN 978-7-301-19874-2

I. 1… II. 和… III. 销售—手册 IV. F713.3-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 255867 号

书 名: 10 分钟销售演练手册

著作责任者: 和 锋 著

责任编辑: 梅秋慧

标准书号: ISBN 978-7-301-19874-2 / F · 2987

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672

编辑部 82893506 出版部 62754962

电子邮箱: tbcbooks@vip.163.com

印 刷 者: 北京嘉业印刷厂

经 销 者: 新华书店

787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 10.75 印张 124 千字

2012 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 25.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024; 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

前言

销售是一种将语言、思维、行为高度结合的技术，提高销售水平的窍门就是反复演练。本书就是专门为立志要成为专业销售人士的同行准备的演练手册，既提供了销售新人必备的技术演练习题，又给出了示范答案。

作为一本销售演练手册，本书的独特之处在于它不是“讲”销售技巧，而是带着你“练”每一个关键技术点。

书中内容按照销售流程划分为五个部分，每个部分演练一个销售阶段所必备的重要技术点。演练的流程是：首先是一节对话，讨论某个销售难题，接下来就是围绕此难题设计的“演练”；当你完成练习后，再看下面的“提示”和“示范”，这也是本书的关键点。

对于这本书，你不仅要读，而且一定要动手去做。我建议你这样阅读：先看技术点，务必认真做“演练”，然后对照前面的知识点修改“演练”的答案，接下来再看“提示”和“示范”，就能明白关键所在了。完成以上步骤后，你就可以停下

来，回顾以往的销售活动，并策划一下如何将演练的技术点运用到明天的销售实战中去。

演练可以改变你的一些“反”销售的行为。比如，你从未意识到的、想当然的、让人反感的推销行为（包括说话方式），甚至是待人接物的态度。演练不仅能训练你的语言应对技巧，提高你的思维能力，还能发掘你的销售潜质，有效激发你的实战联想。

想要从演练中获得更多的销售知识，我的经验是——你被逼成了热锅上的蚂蚁，无所依助，走投无路，从自我怀疑到绝望，彻底放弃那个不错的“自我”。在此悲催时刻，另一个你才会苏醒，奋起改变。并且，一边演练，一边设身处地地联想着，跃跃欲试……

对于这本小书，你不需要一口气就读完。否则，你会错失它真正的价值。请按照我说的方式慢慢读、慢慢练、慢慢思考，最多一个月，你一定会有意想不到的进步。

另外，这本演练手册也解决了培训跟进这个环节的难题。培训师可将此书作为辅导工具，让学员根据培训内容完成书中的演练题，并交由公司人力资源部作为整个培训的“完美总结”。

好，现在请准备一支铅笔，踏上“10分钟”演练之路吧！

目录



☞ 前言 // iii

☞ 第一章

准备阶段

- 一、小测试 // 3
- 二、把握销售之道 // 9
- 三、销售从被拒绝开始 // 12
- 四、僵局、困局与死局 // 18
- 五、拜访的目的不仅仅是卖产品 // 22
- 六、当被拒绝已成为习惯 // 25
- 七、聆听的力量 // 29

☞ 第二章

接近阶段

- 一、头三句话打开局面 // 37
- 二、应对“女门神” // 41
- 三、辨别真假抗拒 // 46
- 四、Top-Down 销售法 // 49
- 五、开放式询问与封闭式询问 // 54

第三章

需求调查阶段

- 一、寻找切入时机和切入点 // 61
- 二、需求金字塔 // 64
- 三、没有捷径 // 67
- 四、瞄准问题点 // 73
- 五、隐藏性需求还是明显性需求 // 77
- 六、趋利避害 // 79
- 七、与客户共鸣 // 84
- 八、给客户“洗脑” // 88
- 九、新手的门槛 // 92

第四章

产品说明阶段

- 一、产品的功能、特色与利益 // 101
- 二、客户愿意为功能掏钱吗 // 103
- 三、产品说明的误区 // 108
- 四、人人都爱说优点 // 117
- 五、经典中的经典 // 120

第五章

成交阶段

- 一、身体会说话 // 133
- 二、关键词 // 136
- 三、引导“说明”走向“成交” // 142
- 四、没人不自私 // 145
- 五、卖“短缺” // 149
- 六、报价 // 155
- 七、紧扣“利益”的纽扣 // 160



10 minutes

第一章

准备阶段

一、小测试

作为一名学员，你被领进一间厂房式的屋子里。

阳光透过落地窗映在浅灰色的墙上，舒缓的爵士乐从四角的音箱里飘出来。屋子分成两部分，前边被布置成办公室，后边是一张大U型桌。门口的长桌上摆放着水果、点心，正面的大白板上用美术字写着“你的销售人生将从这里开始”。

一个中年人大步走进来，身后跟着一个瘦高个的女生和一个娃娃脸的女生。

中年人环视四周，满眼笑意。他张开双臂，大声说：“欢迎你们——参加销售演练的朋友们！我叫毕成，我的任务就是将16年的销售经验传递给你们。”

他转过身，看着身后的两个人说：“应小京和梁诗将扮演不同类型的客户来挑战你们。应小京创造的几项销售纪录，至今还没有被人打破，是高手中的高手。”

应小京有些腼腆：“跟饱经风霜的老毕相比，叫我小应就行。”

老毕指着“娃娃脸”说：“她叫梁诗，是培训中心的大总管。友情提示，她还没有男朋友。不过，如果要追她，记得戴上安全帽。”

梁诗惊讶地捂住嘴，瞪着眼，嚷嚷道：“我抗议！大家好，我是

你们这些天在上海的衣食住行助理，有什么事，直接来找我。我的另一个角色就是扮演‘恶人’……”

“大家看像吗？”老毕插话。

“不像！”大家异口同声。

梁诗提高声：“我也友情提示，‘大恶人’教了我很多设置障碍的方法，你们一定要小心哦！”

笑声一片，学员们摆脱了拘谨。

紧接着，老毕拿出一叠纸，让大家测一下自己的销售水平：“接下来是你需要完成的演练内容。准备好铅笔，按要求填上答案。不要太在意对与错，尤其是第一遍的答案，最能反映你真实的现状。”

演练

请分析销售人员在对话中使用的销售技巧：

应小京：我从网上看到医生都使用无线对讲机，为什么呢？

【销售技巧： 】

梁 诗：无线对讲机能保持实时与呼叫中心联系和多方通话。

应小京：在使用上有什么不便吗？

【销售技巧： 】

梁 诗：比如，通信范围是25公里之内，但有时候我们的活动范围可能在30公里左右。

应小京：这对你们的工作有什么不利影响？

【销售技巧： 】

梁 诗：影响非常大。

应小京：能具体举个例子吗？

【销售技巧： 】

梁 诗：在急救危重病患时，可能会由于无法跟呼叫中心联系而延误急救时间。

应小京：太恐怖了。还有其他不便吗？

【销售技巧： 】

梁 诗：即使在 25 公里之内，也存在通信死角的问题。

应小京：你是说现在的信号覆盖系统不好吗？

【销售技巧： 】

梁 诗：没错。

应小京：还有哪些不便？

【销售技巧： 】

梁 诗：你什么意思？

应小京：比如说，轮到你值班，你却把无线对讲机留在急救中心，或者电池用光了，这时，你是希望病人在语音系统留言，还是把电话转接给其他医生？

【销售技巧： 】

梁 诗：我当然希望能把电话转接给其他医生。

应小京：那如果你正和朋友通话，病人打来电话，你希望把电话转给其他医生呢，还是有插拔系统，可以三方通话？

【销售技巧： 】

梁 诗：我要插拔系统。

提示

学员：我觉得这个练习很奇怪，好像问的都是提问技巧，是吗？

毕成：对。你能更具体地说说是什么样的提问技巧吗？

学员：好像……问的问题也没有什么特别之处。

毕成：这就是关键所在。提问，首先要让客户感到自然、舒服，其次要关注问题背后的思路。难道应小京是凭空想起什么就问什么吗？

学员：我觉得还是很有条理的。

毕成：对。你知道每句话的条理到底是什么吗？

学员：（摇头）

毕成：再仔细看一遍应小京询问的顺序，想想她提出每个问题的目的，然后把你刚才的答案修改一下。千万别涂改，写在一边就行。过一段时间再看，你绝对会有意想不到的收获。

学员：（点头）

毕成：记住，这次一定要想清楚每个问题背后的目的。

示范

请分析销售人员在对话中使用的销售技巧：

应小京：我从网上看到医生都使用无线对讲机，为什么呢？

【销售技巧：探寻问题点。】

梁诗：无线对讲机能保持实时与呼叫中心联系和多方通话。

应小京：在使用上有什么不便吗？

【销售技巧：探寻问题点。】

梁 诗：比如，通信范围是 25 公里之内，但有时候我们的活动范围可能在 30 公里左右。

应小京：这对你们的工作有什么不利影响？

【销售技巧：探寻客户的隐藏性需求。】

梁 诗：影响非常大。

应小京：能具体举个例子吗？

【销售技巧：将客户的隐藏性需求转化为明显性需求。】

梁 诗：在急救危重病患时，可能会由于无法跟呼叫中心联系而延误急救时间。

应小京：太恐怖了。还有其他不便吗？

【销售技巧：探寻客户的隐藏性需求。】

梁 诗：即使在 25 公里之内，也存在通信死角的问题。

应小京：你是说现在的信号覆盖系统不好吗？

【销售技巧：探寻问题点。】

梁 诗：没错。

应小京：还有哪些不便？

【销售技巧：探寻客户的隐藏性需求。】

梁 诗：你什么意思？

应小京：比如说，轮到你值班，你却把无线对讲机留在急救中心，或者电池用光了，这时，你是希望病人在语音系统留言，还是把电话转接给其他医生？

【销售技巧：探寻客户的明显性需求。】

梁 诗：我当然希望能把电话转接给其他医生。

应小京：那如果你正和朋友通话，病人打来电话，你希望把电话转给其他医生呢，还是有插拔系统，可以三方通话？

【销售技巧：探寻客户的明显性需求。】

梁 诗：我要插拔系统。

提示

毕 成：你们答对了多少呢？

学 员：我基本上一个都没答对。

毕 成：如果你的答案与括弧里的答案一样简洁、明确，这说明你的水平已达到了专业级别；如果相似度低于 50%，说明你非常有必要参加这次培训。

学 员：但我并不觉得销售很难啊！

毕 成：是的，一些销售人员通过多年实战，积累出一套自己的销售技巧，虽然没有起一个“专业”的名称，但实际上与培训所讲到的技巧是一致的。你知道这个测试考察的是什么吗？

学 员：了解客户的需求。

毕 成：对！它考察的是你对“需求三角形”的熟悉程度。你虽然知道需求，但是否知道需求又可以分成问题点、隐藏性需求、明显性需求三个层级吗？

学 员：这种分级有什么意义吗？

毕 成：“需求三角形”是销售技术的核心，而问题点、隐藏性需求、明显性需求绝对是其中的关键技巧，后面我们会逐一演练。

学 员：测试题可以有不同的答案吗？比如，应小京问“这对你们

的工作有什么不利影响”，我的答案是“销售员想了解客户内部的需求”。

毕成：当然可以了。再比如，应小京问“我从网上看到医生都使用无线对讲机，为什么呢”，这个问题的另一个答案就是状况询问，这是 SPIN^①的专用词。我们不是在学语文，不用抠字眼，只要意思基本一样，就算答对了。

学员：明白了。

毕成：其实，每个专用词后面都包含着一个定义和一项技术，它可以简化销售人员之间的沟通。

学员：是的。

二、把握销售之道

一名“80后”举手：“大家好！我叫王东，刚过试用期。毕老师，我想问你一个私人问题，行吗？”

“有多私？”

“我怎么才能超过你？”

“好问题，够刺激！”老毕提高嗓音，“你们谁有胆，像他一样把

① SPIN 销售法主要由四种类型的提问构成，即状况询问（situation questions）、问题询问（problem questions）、暗示询问（implication questions）、需求确认询问（need-pay off questions），是一种通过运用实情探询、问题诊断、启发引导和需求认同这四大提问技巧来发掘、明确和引导客户的需求与期望，从而不断地推进营销，为成功营销创造基础的方法。

期望说出来？”

全场沉默。

“上一届，有个学员问我怎样才能在两年内当上销售总监。够坦白吧？”老毕环视一圈，接着说：“我画了几圈螺旋线让他看，他不明白，问是什么意思。我告诉他，他现在就像螺旋线上最外边的小球。他还是不懂，我只好直说，3个月——如果他不能蜕变，就嗖的一下子……”

老毕看着王东问：“明白了？”

王东点点头，一脸失望。

老毕握着拳头说：“我相信，你敢当着这么多人的面说出自己的想法，就一定会实现自己的目标。我不想打击你们，但如果到现在还没有准备好投入些什么，学什么都是浪费时间。”

王东突然站了起来，激动地说：“我已经输够了！3年了，一事无成！进施乐前，我失业半年多，我是在绝望中收到录用通知的。我又哭又笑，拼了命也要把这份工作做好，不仅为生存，也为了证明自己还有点价值。”

王东长长呼出一口气，平静了许多。

“现在业绩一直上不去，我急得直挠头。来参加培训的前一天，我一晚上没睡。我要在这里把失去的自信找回来！”

老毕张开双臂，王东一愣，两人紧紧抱在一起。

“哗——”掌声响起，学员们的热情被点燃了。

老毕激动地说：“谢谢你，你的坦诚就是巨大的能量。敢于说出自己的失败，就说明你已经放下了失败，开始了新的征途。来，让我们写下自己的希望，为我们重新获得的激情、能量呐喊一次吧！”

老毕高举右手，大喊一声“耶——”