

外

面对面

顾问式实战销售

周嵘 著

很实战全凭真功夫，能卖才是硬道理

多先进融入一帮
你他念人
先情融地，变
你历史。理
实不意地，改
的界了无
绩；改
的历史。理
售界了无
成。事。

东方出版社

外

书+VCD

面对面

顾问式实战销售

周嵘 著

东方出版社

责任编辑:陈寒节

责任校对:姜欣

图书在版编目(CIP)数据

面对面顾问式实战销售/周嵘著;

-北京:东方出版社,2004年8月

ISBN 7-5060-1963-9

I. 面...

II. 周...

III. 销售学

IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 069741 号

面对面顾问式实战销售(附光盘)

MIANDUIMIAN GUWENSHI SHIZHAN XIAOSHOU

周嵘 著

东方出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京京丰印刷厂印刷 新华书店经销

邮购地址:100706 北京朝阳门内大街 166 号人民东方图书销售中心

电话:(010)65250042 65289539

2004年8月第1版 2004年8月北京第1次印刷

开本:850毫米×1168毫米 1/32 印张:4.25 字数:81千字

ISBN 7-5060-1963-9 定价:28.80元



▶ 作者与世界第一名房地产销售大师汤姆·霍普金斯



▶ 作者与TCL总裁李东升合影



▶ 作者与中兴通讯总裁何士友合影



▶ 作者与步步高总裁段永平合影



▶ 作者与中国首富希望集团总裁刘永行合影



▶ 作者与世界最伟大推销员乔·吉拉德合影



▶ 作者与小天鹅营销总裁徐源合影

序

• 销售之美

新时代的销售方式——面对面顾问式销售

随着社会商业化程度地增加，销售的触角已经延伸到了社会生活的各个角落。我们越能推销自己，让买我们想法的人越多，成功的机会就越大。不只业务人员需要懂得销售产品，获得客户的认同，每个人都需要培养销售能力。试想，如果上班族不懂得销售自己的创意，如何获得老板的肯定？如果医生不懂得销售自己的专业，怎么会获得病人的信任？如果老师不懂得销售自己的知识，学生会追随他吗？

如今，成功地完成交易已经变得越来越困难了。身为行销人，你具备了多么信心和特质？在广大的行销市场，你又如何挥洒自己的行销魅力？同业竞争之下，你是一帆风顺的掌舵者，还是抑郁寡欢的伤兵？成功，是有路可循的，重点是，你是否具备了坚持的决心？你是否具备了熟练的销售技巧？你是否懂得聆听客户的心声？

现在，熟悉电脑网络的顾客可以透过网络搜寻，他们对你的产品信息有相当程度的了解，甚至他们可以直接到网上订购他们所需的商品。因此，他们想从

你身上得知的就不再只是产品的基本资料或特色，传统的介绍产品式的行销方式受到了极大的挑战。现在的客户在面对业务员时，与其说他们了解你的产品有什么用，还不如说，他们更关心你的产品能为他们做什么、带给他们什么好处，以及业务人员在推销过程中能给他们一种什么样的感觉，因此，面对面顾问式销售方式横空出世。

销售不单是一种行为，更是一种美

近年来经济普遍不景气，然而你是否注意到，公司里总是有几个超级业务员，在众人业绩大幅下滑的时候，他们仍然能维持比别人多好几倍的业绩，丝毫不受环境影响。为什么？当大家都以同样优惠的价格，卖同样的产品与服务，甚至花同样的时间拜访客户，你自认为跟他们一样努力——为什么你的业绩还是完全没有起色？

原因是那些业绩超人的业务人员运用了面对面顾问式销售方式。现代的销售环境决定了：销售人员的角色必须告别一味地販售产品的老旧招式，而是要变成客户的消费顾问。你必须懂得聆听顾客的心声，发掘他们独特的需求，充分运用产品的特殊卖点和你自己的个人魅力，才能有力地引起客户的购买欲。

作者在本书中引用了全世界最顶尖的业务人员实战经验，涵盖行销各个层面，因此，它不仅是一本介绍销售方法的书，它更是一系列真人实事的心得、技

巧与哲理，足以供读者有针对性地引用，并融入自己的销售行为当中。善用此书，你就可吸引更多的客户，做出屡创新高的业绩，使你的财富倍增。

在书中你将学到：如何倾听顾客心声，并且以令人信服的态度提出符合顾客需求的解决方案；如何利用有力的词句、正确的观念创造一份属于自己的销售指南；如何利用穿着和身边的物件营造专业的形象，使客户产生信赖感；如何使用一对多的方式在同一时间内销售产品给数百或上千名客户；如何善用客户关系管理的惊人力量，与客户成为知己好友，如何请客户让他的朋友将业务介绍给你，以完成惊人的业务量。

书中还将讨论到有关销售心理学的议题，销售心理学已经在业务及行销的世界中，成为最受欢迎与关注的议题之一，作者以致力于销售专业领域十年以上的经验结合心理学的研究方法，教你如何在销售的十大步骤中正确运用这些心理学的观念，精准掌握顾客的心理，在达成销售的同时，展现无比的个人魅力，使销售关系变成一种极富美感的人际交往。

通过阅读你会发现：只要使用最有力的沟通技巧，没有哪个行业是不能创造出千万业绩的大事业的！只要配合书中的丰富实例，通过经常地演练，一步步地学会：如何引发对方的兴趣、化解反对意见、赢得他人的合作……这些关键性的技巧，没有客户是说不通的！只要说得巧，做得妙，没有哪样产品是卖不掉的！

你也可以是销售大师

但是谈了这么多技巧，把这些技巧教授给你，却不是我们最终的目的，我们的真实目的是：抛砖引玉，让你也成为销售大师！

本书是一本以问为开始，也是一本以问为结束的书，让你在问题情境当中细细体悟由作者的体验而提升出来的销售中的灵气，所有的问题就好像佛祖手中的念珠，步步玄机，环环相扣，你体悟到了，你就得到了。同时，这也是一本很简单的书，也许你一不小心就翻完了，也有了许多的感觉，但是，你要达到把书中的技巧熟练运用的程度，你必须反复地看，反复地体悟，反复地回答书中提出的每一个问题，体悟每一个你在某个瞬间获得的想法，参破每一个隐藏在简单文字下的玄机，感觉每一次阅读和思考之后的飞跃。智慧，其实是可以体悟到的，作者的建议是将本书阅读23遍，甚至更多，用一股傻劲，一股执着，直到你嚼碎书中的每一个脉络，体悟出一套属于你自己的法则，此刻，你已蜕变成了一位真正的销售大师，业绩必然以惊人的速度飙升……想想二十三遍之后你的销售业绩突飞猛进的情形吧！

本书适合任何产业、阶层的业务、销售相关人员，特别是那些受景气影响、为求生存而奋斗不懈、却又不得其门而入的众多业务员们。想要成为超级业务明星是有方法的，有了本书，你一定能成功！

销售，其实，很简单！

孙启鸣

2004年5月28日

contents

目录

序..... 001

目录..... 005

一、销售原理及关键

(一) 销售、买卖的真谛..... 011

销售过程中销的是什么？

销售过程中售的是什么？

买卖过程中买的是什么？

买卖过程中卖的是什么？

(二) 人类行为的动机..... 019

追求快乐，逃避痛苦

你的产品能带给客户哪些快乐，能让他避免哪些痛苦？

活用人类行为的动机来促成销售：痛苦加大法和快乐加大法

(三) 面对面销售过程中

客户心中在思考什么？..... 027

二、沟 通

(一) 沟通原理----- 033

- 沟通的重要性
- 沟通的目的
- 沟通的原则
- 沟通应达到的效果
- 沟通三要素
- 小实验

(二) 问话，沟通中的金钥匙----- 041

- 是自己说得好多还是让对方说得好多
- 如何让别人说得更多呢？
- 问问题的两种模式
- 问话在销售中的作用
- 问问题的方法
- 练习

(三) 聆听的技巧----- 049

(四) 肯定认同技巧----- 053

- 肯定认同是建立信赖感，达成交易的桥梁
- 对别人表示肯定认同的过程中常用的黄金句子

(五) 赞美的技巧----- 057

- 赞美要真诚，抓住客户闪光点，并运用具体、间接、及时的原则
- 赞美中最经典的四句话

(六) 批评的技巧----- 059

三、销售十大步骤

(一) 准备 ----- 063

- 身体准备
- 精神准备
- 专业知识准备
- 非专业知识准备
- 对客户了解的准备

(二) 良好的心态 ----- 071

- 把工作当成事业的态度
- 长远的态度
- 积极的态度
- 感恩的心态
- 学习的态度

(三) 如何开发客户 ----- 083

- 找到一个未来客户前你需要研究的问题
- 不良客户的七种特质
- 黄金客户的七种特质

(四) 如何建立信赖感 ----- 091

- 快速建立信赖感的方法

(五) 了解客户的需求 ----- 095

- 沟通，了解客户的需求
- 了解客户需求有两个基本公式：NEADS 和 FORM
- 解决 NEADS 模式的方法
- 要建立起一定的顾客档案

(六) 产品介绍 ----- 101

如何介绍产品以及塑造产品的价值？
在介绍产品时如何与竞争对手做比较

(七) 解除顾客的反对意见 ----- 105

推销是从拒绝开始，成交从异议开始
抗拒点通常表现为六个方面
解除顾客的反对意见
处理抗拒的两大忌
解除抗拒的套路
价格的系列处理方法（太贵了）

(八) 成交 ----- 115

走好成交每一步：成交前、成交中、成交后
成交的三种方法
成交中的关键用语

(九) 转介绍 ----- 121

赢得顾客的好感
转介绍的技巧

(十) 售后服务 ----- 125

你的服务能让客户感动
让客户感动的三种服务
服务的三个层次
服务的重要信念

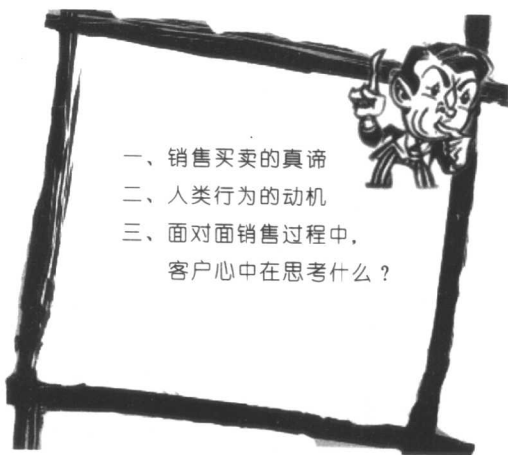
后记 ----- 128

第一章

销售

Principles and Keys of Sales

原理及关键



- 一、销售买卖的真谛
- 二、人类行为的动机
- 三、面对面销售过程中，
客户心中在思考什么？

■ 销售过程中销的是什么？

销？

为了让你的能力得到最大的提高及让本书发挥最大的功效。请写下你认为正确的答案，然后再看下一页，否则，请你不要往下一页翻：

11

