

一本利用心理学战术化解销售难题
赢得客户青睐的最佳读本

销售三绝

找对人 说对话 做对事

Xiaoshou Sanjue

ZhaoDuiren ShuoDuihua ZuoDuishi

| 崔小西◎编著 |



3堂课 100条销售心法 120例销售实战
让你在销售道路上走得更加平稳顺畅

最有效的销售圣经，早一日看到少奋斗十年

马云、雷军、博恩·崔西等销售大师亲身实证，拿来就用

谈生意要具备三大优势：人脉、口才、手腕。做销售要掌握三大绝活：找对人、说对话、做对事。让客户无法拒绝你，卖什么都成交，快速提升销售业绩。



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

一本利用心理学战术化解销售难题
赢得客户青睐的最佳读本

销售三绝

找对人 说对话 做对事

Xiaoshou Sanjue

ZhaoDui ren ShuoDuihua ZuoDui Shi

| 崔小西◎编著 |



3堂课 100条销售心法 120例销售实战
让你在销售道路上走得更加平稳顺畅

最有效的销售圣经，早一日看到少奋斗十年

马云、雷军、博恩·崔西等销售大师亲身实证，拿来就用

谈生意要具备三大优势：人脉、口才、手腕。做销售要掌握三大绝活：找对人、说对话、做对事。让客户无法拒绝你，卖什么都成交，快速提升销售业绩。



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

销售三绝：找对人、说对话、做对事 / 崔小西编著.

—上海：立信会计出版社，2014.6

(去梯言)

ISBN 978-7-5429-4222-7

I. ①销… II. ①崔… III. ①销售-方法 IV.

①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第074360号

策划编辑 蔡伟莉

责任编辑 蔡伟莉 何颖颖

封面设计 久品轩



销售三绝：找对人、说对话、做对事

出版发行 立信会计出版社

地 址 上海市中山西路2230号

邮政编码 200235

电 话 (021) 64411389

传 真 (021) 64411325

网 址 www.lixinaph.com

电子邮箱 lxaph@sh163.net

网上书店 www.shlx.net

电 话 (021) 64411071

经 销 各地新华书店

印 刷 固安县保利达印务有限公司

开 本 720毫米×1000毫米

1/16

印 张 20.75

插 页：1

字 数 365千字

版 次 2014年6月第1版

印 次 2014年6月第1次

书 号 ISBN 978-7-5429-4222-7-0/F

定 价 36.00元

如有印订差错，请与本社联系调换

P R E F A C E

前 言

在无数人心中,销售是个令人爱恨交织的职业。

销售令人恨是因为有许多销售人员不知道怎样才能做好销售,他们努力了,结果却总让人伤心,得到的跟付出的不成正比。同时,销售又如此令人爱,充满诱惑,销售精英丰富的人脉、灵活的经营以及丰厚的回报都令人神往!在销售工作中,许多人认为销售只要能吃苦、能说、能跑就可以了。遵循着这个传统的销售法则,很多销售人员迷失了自己,在一条错误的路线下,仍旧辛苦地奔跑。

销售是一个生与死的职业,有人因此进入天堂,也有人因此下了地狱。你想走哪一条道?我仿佛已经听到了,是天堂!而且是要“钱”途。那么,这本书你就选对了,本书承载着销售精英的智慧和经验,顺着它的指点,你就能走向优秀,走向成功!

(一)销售三大本领

销售,可大可小,小可以做一针一线,大可以做跨国、洲际生意。但究其本质,都极其相似。销售不是一般人心中想象得那样艰难、低下,更不那么玄妙,只是一种谋生的手段,自由而不稳定。销售既可以让你一分钱也赚不到,也能让你发大财。

想要成为优秀的销售人员,必须具备全面的专业知识、丰富的销售技巧和广阔的人际关系。除此之外,还要掌握三种本领,即找对人、说对话、做对事。

找对人是一种学问,需要技巧;

说对话是一种艺术,需要智慧;

做对事是一种能力,需要方法。





销售三绝：

找对人说对话做对事

学会找人、学会说话、学会做事，是引爆销售的三大本领，缺一不可。要做对事先要找对人，而说对话是找对人和做对事的关键。掌握了说话技巧，找人可以畅通无阻，做事就可以马到成功。因此，掌握了这三大本领，也就掌握了销售成功的金钥匙，必能成为人人向往的销售精英！

(二)销售九字真经

“找对人、说对话、做对事”是销售成功的九字真经。

“找对人”是指在销售过程中找对客户。俗话说“烧香不能拜错佛”，我们不能怀着求财的心给送子观音上香，也不能怀着求子之情给财神上香，销售亦是同理。销售工作中的大客户都是隐身的，销售人员必须准确找到自己该拜的“佛”。销售人员掌握了“找对人”的本领，就能发展和提升自己，从而提高销售业绩。反之，如果销售人员不能“找对人”，则会在销售工作中焦头烂额、一败涂地。

“说对话”是指在销售过程中恰到好处地运用语言技巧，说客户需要听和喜欢听的话，自然有助于搞好与客户的关系，从而促进销售的成功。销售人员掌握了“说对话”的本领，在与客户的沟通中能说到客户的心坎上、引起客户的共鸣，并使客户乐于接受。反之，如果销售人员在与客户的沟通中东拉西扯、说不到点子上，则会使客户反感，使销售工作停滞不前。

“做对事”是指在销售过程中想客户之所想，与客户真诚交往，形成牢固的合作伙伴关系，进而实现与客户的双赢。销售人员掌握了“做对事”的本领，在与客户的沟通中就能将问题处理得体、周全，使客户满意，从而促使销售成功。反之，如果销售人员在与客户的沟通中不守承诺、办事有头无尾，则会在销售工作中毫无信用、难以成功。

(三)本书告诉你

本书针对销售工作中客户难找、与客户沟通困难、销售人员进行十足努力却收效甚微这一现状，以“找对人”、“说对话”、“做对事”为内容，多层次、多角度地揭示销售工作中的三大利器，给销售人员指出了一条正确的道路，让销售人员做正确的事，再正确地做事。同时，提供了许多销售建议、实用技巧、方法和策略。让销售人员清醒地避开弯路、找到方向、挖掘智慧，在销售这条神秘而充满诱惑的大道上顺利打造自己的美好“钱”途。

只要认真阅读、使用本书，就会让你的销售之路更加畅通，让你拥有所向披靡的力量，去迅速改变现状，实现销售精英的目标！

书中难免有错谬之处，敬请各位读者指正。

P R E F A C E

目 录

找对人：烧香不能拜错佛

第一章 读懂客户：1分钟知道客户的心思

善于揣摩客户的心理 / 4

把握客户的购买心理 / 6

读懂客户心理的理由 / 8

了解客户的性格 / 10

做客户的知心人 / 14

第二章 开发客户：客户潜伏在你身边

准客户须具备的条件 / 18

寻找准客户的方法 / 20

了解客户及其家人的兴趣 / 21

了解客户的其他方面 / 22

利用电话开拓客户 / 23

利用公司资源开拓客户 / 27





销售三绝：

找对人说对话做对事

- 利用个人资源开拓客户 / 29
- 请人介绍来拓展客户 / 31
- 让推荐人帮你宣传 / 32
- 从客户身边的人入手 / 34
- 依靠满意客户推荐 / 34
- 开发有影响力的中心人物 / 36

第三章 搞定负责人：负责人成交的关键

- 寻找团体中的拍板人 / 39
- 发现客户背后的决策人 / 40
- 寻找负责人的三种方法 / 41
- 了解客户的采购流程 / 44

第四章 预约客户：准备打一场攻心战

- 约见时间的选择 / 47
- 预约客户的常用方法 / 49
- 电话预约客户的技巧 / 51
- 当面约见客户的方法 / 54

第五章 接近客户：合适的就是最好的

- 接近客户的8种方法 / 58
- 接近客户的3个原则 / 62
- 接近客户应注意的细节 / 63
- 不要忽视接待人员的作用 / 66
- 寻找共同话题来接近客户 / 67
- 利用客户的好奇心接近对方 / 68
- 不要一味地去迁就客户 / 69

第六章 拜访客户：与客户面对面交流

- 每次拜访都是一场盛宴 / 72





- 拜访客户也有流程设计 / 75
- 容易忽略的 5 个拜访细节 / 77
- 20 种借口让你再见到客户 / 78
- 拜访区域客户经验谈 / 80
- 电话拜访不惹人厌 / 83
- 电话拜访陌生人的 10 个技巧 / 84

第七章 管理客户：建立客户完全档案

- 掌握客户第一手信息 / 87
- 为客户建立档案 / 88
- 把客户联系在一起 / 90
- 及时更新客户俱乐部成员 / 91
- 客户管理的 14 个方面 / 92
- 了解客户，搜集客户资料 / 93
- 制作客户资料卡 / 93

说对话：话语一到卖三俏

第八章 勇敢开口：嘴巴一张，黄金万两

- 只要敢开口就能做好销售 / 100
- 用自己的言谈来吸引客户 / 101
- 好口才能够打开推销局面 / 103
- 好口才能够使销售取得突破 / 104
- 好口才能够激起客户的购买欲望 / 107

第九章 大方赞美：把握火候，一本万利

- 真诚的赞美没人会拒绝 / 111
- 赞美建立在真实的基础上 / 113





销售三绝：

找对人说对话做对事

赞美客户不是拍马屁 / 115

赞美要有的放矢 / 117

千万别让赞美帮了倒忙 / 119

用赞美堵住客户的口 / 121

第十章 巧妙提问：选对池塘钓大鱼，问对问题赚大钱

提问是销售成功的基础 / 125

提问能了解客户的需求 / 126

销售提问的基本方式 / 127

做好提问的准备工作 / 129

销售实战中的提问技巧 / 130

提问时的注意事项 / 132

多做积极的提问 / 133

第十一章 懂得客套：说好客套话，帮助会很大

用客套话应对冷落和冷场 / 137

用客套话来缓解尴尬 / 139

用客套话套出客户的需求 / 141

从客套话里发现客户的软肋 / 142

客套话不要太随意 / 144

说客套话不可过度 / 146

第十二章 因人而异：注意方式，看客户说话

对待不同年龄客户的口才技巧 / 149

对待不同性别客户的口才技巧 / 151

不同职业客户的购买特点 / 152

对待喋喋不休型客户的口才技巧 / 154

对待沉默寡言型客户的口才技巧 / 156

对待喜欢争论型客户的口才技巧 / 157



- 对待疑虑重重型客户的口才技巧 / 158
- 对待刨根问底型客户的口才技巧 / 159
- 对待挑剔型客户的口才技巧 / 160
- 对待似懂非懂型客户的口才技巧 / 163

第十三章 避开禁忌：别陷入无知和冲动中

- 敲开门就直奔主题 / 166
- 过于程式化和职业腔 / 167
- 喋喋不休，说个没完 / 168
- 东拉西扯没有重点 / 168
- 心不在焉 / 170
- 不会揣摩客户的心理 / 171

第十四章 应对借口：把拒绝转为销售机会

- 应对“我很忙”的借口 / 174
- 应对“改天再来”的借口 / 174
- 应对“再考虑考虑”的借口 / 175
- 应对“以前用过，并不好”的借口 / 177
- 应对“我要向朋友买”的借口 / 177
- 应对“那你就是要推销东西了”的借口 / 178
- 应对“我想到别家再看看”的借口 / 180
- 应对“我很满意目前的供应商”的借口 / 182
- 应对“我得和我的上级商量商量”的借口 / 183
- 应对“先把资料放在这儿吧”的借口 / 185

第十五章 玩转电话：打动另一端的陌生人

- 电话销售的基本原则 / 187
- 电话销售的基本流程 / 188
- 电话销售的注意事项 / 190



销售三绝：

找对人说对话做对事

- 电话销售的实战技巧 / 191
- 电话销售要有娴熟的语言技巧 / 194
- 电话销售成功 55%源于声音 / 196
- 巧妙地绕过接线人 / 198
- 把握好电话接通后的 20 秒 / 200
- 掌握好与客户通话的时间 / 202

第十六章 充满魅力：感染力决定影响力

- 声音要具有感染力 / 206
- 熟练控制说话的语调 / 207
- 恰当地运用停顿 / 208
- 谈话时的语气很重要 / 210
- 使用疑问句时的语气 / 212
- 使用双重否定句时的语气 / 212
- 使用设问句时的语气 / 214

第十七章 魔鬼说服：变“我要卖”为“我要买”

- 营造有助于说服的情境 / 216
- 说服要循序渐进 / 217
- 对客户进行巧妙的语言诱导 / 218
- 对客户进行反复的心理暗示 / 219
- 引导客户说“是” / 220
- 说服犹豫不决的客户 / 222
- 切中客户的要害进行说服 / 223
- 为客户描绘一个美妙的意境 / 225

第十八章 需要注意：你面对的是活生生的人

- 能说还要会说 / 227
- 适时改变推销方式 / 227



- 学会自抬身价 / 228
- 记得为下一次留条后路 / 230
- 不要因话不得体而失去客户 / 230
- 不该说的话千万不要说 / 231
- 不要不拘“小节” / 232
- 学会掩饰自己的情绪 / 233
- 切勿急于求成 / 234

做对事：销售成功是根本

第十九章 认清销售：销售是世上最好的职业

- 职位的N个好让你爱 / 240
- 职业的巨大附加值让你爱 / 242
- 销售也让你恨 / 246
- 人行起步，选择比努力更重要 / 248
- 认清谬见误区好上路 / 250

第二十章 推销自己：卖产品就是卖自己

- 卖你的外在——形象和礼仪 / 254
- 卖你的内在——性情、心态和学识 / 259
- 卖你的境界——用心和为人 / 262
- 避免卖自己不好的东西 / 266

第二十一章 充满信心：做世界上最成功的销售人员

- 我是上帝派来帮助客户的天使 / 269
- 对产品的热情让你无往不胜 / 273
- 只要重复足够的遍数，就能征服客户 / 276
- 为了提高收入，你必须学习 / 279





销售三绝：

找对人说对话做对事

第二十二章 树立目标：有目标就有希望

没有目标就没有方向 / 284

制定目标三步走 / 284

有目标就不怕失败 / 286

用计划来完成目标 / 287

做好两种形式的目标计划 / 288

第二十三章 促成交易：临门一脚的快感

从客户身上捕捉成交信号 / 292

促成交易的策略 / 293

促成交易的口才技巧 / 295

物以稀为贵成交法 / 297

好奇成交法 / 299

选择成交法 / 300

利用折扣促成交易 / 302

有效地巩固销售成果 / 304

第二十四章 催收货款：回款是硬道理

销售回款为什么这么难 / 307

催收货款的口才基础 / 308

把握催收货款的制胜因素 / 310

机智应对欠款人的借口 / 312

利用“挤压”法回款 / 313

对“老赖客户”要毫不留情 / 314

应对“老赖客户”的策略 / 316

多管齐下保回款 / 317

找对人

烧香不能拜错佛

“找对人”是销售九字真经“找对人、说对话、做对事”中的第一条。有的销售人员话说了一箩筐、事做了一大堆，结果徒劳无益。究其原因，就是没有找对人。如何识别、选择与管理 80% 利润的客户，这里有你想要的答案。



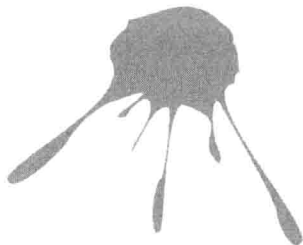
第一章 读懂客户：

1 分钟知道客户的心思



许多销售人员很诧异为什么别人的商品很畅销，而自己的商品无人问津？其实有时候并不是你的商品不好，也并不是你的服务态度不好，而只是因为你没有读懂客户的心理。

客户的心理至关重要，它直接决定了消费者的行为，决定了他们要不要购买你的商品。有经验的销售人员往往能清晰地洞察消费者的心理，满足他们的需求，自然能够获利。





善于揣摩客户的心理

你听过这样一个小故事吗？

一位妇女走进一家鞋店，试穿了一打鞋子，没有找到一双是合脚的。营业员甲对她说：“太太，我们没能有合您意的，是因为您的一只脚比另一只大。”

这位妇女走出鞋店，没有买任何东西。

在下一家鞋店里，试穿被证明是同样的困难。最后，笑眯眯的营业员乙解释道：“太太，您知道您的一只脚比另一只小吗？”

这位妇女高兴地离开了这家鞋店，腋下携着两双新鞋子。

不同的服务人员会给客户以不同的感受。不同的销售方式能导致不同的销售结果。营业员甲之所以失败，是因为她不懂得顾客的心理——女性爱美，不喜欢别人说自己的脚大。

在推广自己的产品时，潜在的用户往往会有各种心理变化，如果不仔细揣摩客户的心理，不拿出“看家功夫”，就很难摸透对方的真正意图。

你“看”客户的时候，要揣摩客户的心理。客户究竟希望得到什么样的服务？客户为什么希望得到这样的服务？这是服务人员在观察客户时要不断提醒自己的两个问题。因为各种各样的原因会使客户不愿意将自己的期望说出来，而是通过隐含的语言、身体动作等表达出来，这时，就需要及时揣摩客户的心理。

实验表明，人们视线相互接触的时间，通常占交往时间的30%~60%。如果超过60%，表示彼此对对方的兴趣可能大于交谈的话题；低于30%，表明对对方本人或话题没有兴趣。

视线接触的时间，除关系十分密切的人外，一般连续注视对方的时间在1~2秒钟内，而美国人习惯在1秒钟内。

一位30岁左右的男顾客带着自己的母亲来给儿子买钙片，两人在货架中转了几圈才看到一款心仪的产品。

“这种钙片效果不错，小孩子服用后很容易吸收，很多家长都点名要它。”店员李洋站在一旁介绍着。“好是好，就是太贵了。不管大人还是小孩，老吃好药也不行。”老太太拿着钙片有些犹豫。男顾客刚要说话时，手机突然响了，便走到一旁接