

通信零售连锁复制系列丛书

销售七步成单法

通信零售店制胜法宝

写给4G时代苦苦挣扎的通信零售店的销售顾问

朴红伟 夏文礼◎著

- 4G时代，在渠道终端上谁更能影响消费者，谁就赢得了市场
- 想要抢占终端市场，离不开一线销售人员的专业服务能力
- 而销售人员的专业性，要靠一套专业的4G销售方法的学习和运用



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

通信

丛书

销售七步成单法

通信零售店制胜法宝

写给4G时代苦苦挣扎的通信零售店的销售顾问

朴红伟 夏文礼◎著

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

销售七步成单法：通信零售店制胜法宝 / 朴红伟，
夏文礼著. — 北京：人民邮电出版社，2015.3 (2015.4重印)
(通信零售连锁复制系列丛书)
ISBN 978-7-115-38449-2

I. ①销… II. ①朴… ②夏… III. ①通信—邮电企
业—销售管理—商业服务 IV. ①F626

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第016944号

内 容 提 要

本书专为通信营业厅的销售人员量身打造，提出了七步销售法。把握移动终端产品的全面评估方法，帮助销售顾问认识顾客的不同类型，了解顾客消费心理，掌握营业厅移动业务产品销售中的沟通话术，掌握移动手机终端销售技巧，掌握把产品特点转换为客户需求的技巧，提升客户需求和客户心态分析的能力，保持和提升优质服务的客户满意度，提升产品销售及流量经营的指标，提升销售业绩。

-
- ◆ 著 朴红伟 夏文礼
策划编辑 付方明
责任编辑 赵 娟
责任印制 彭志环
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
三河市潮河印业有限公司印刷
 - ◆ 开本：800×1000 1/16
印张：14 2015 年 3 月第 1 版
字数：130 千字 2015 年 4 月河北第 2 次印刷
-

定价：39.00 元

读者服务热线：(010) 81055256 印装质量热线：(010) 81055316
反盗版热线：(010) 81055315

推荐序

我和通信零售社群那些事

继“通信零售店面赚钱宝典”成绝响后，通信零售社群终于推出了终极秘笈——《销售“七步成单法——通信零售店制胜法宝》一书，颇一听，有点江湖的味道，让人不禁联想起古龙武侠小说的意境——肃杀、高深、一击必杀却又威力巨大势不可挡，让人“不禁心向往之”。令人意外的是，众老师邀我为此书作序，诚惶诚恐余，又跃跃欲试。恐的是作为新人，为此重量级宝典作序，未免有点“不知轻重”的味道，但是念及自己的成长经历与通信零售社群密不可分，作为“通信零售”社群的中坚分子，对此大任我当仁不让。再者，受人之恩，当全力以报，念及此，便欣然应允。既作序，不得不提起——那些年，我与通信零售社群的那些事……

一、初识老朴

初入通信行业是2013年6月，入行之初，非常之困惑，连基础的陈列、产品的宣传、促销活动的组织、团队的带领以及激励等毫无概念，当时只是觉得压力山大，却又无

从下手找不到方向，所以苦恼至极，借用最近圈子流行的一句话说“每晚的睡眠像是婴儿，每天都是醒一阵哭一阵”，直到一个偶然的机，我从朋友微信圈看到了一篇通信零售微信公众账号的文章，内容是关于如何开好晨会，当时我看完后如获至宝，觉得真的说得是太有道理，所以我第一时间通过文章下方介绍的“通信零售 QQ 群号”加入了通信零售 TOP 店长 QQ 群，顿时，那种感觉犹如“黑夜遇明灯，沙漠逢清泉”。在群里，“默默看着大神们聊天”，疯狂吸取众大神的经验，认真听朴老师的点评讲解，认真学习各路同仁在陈列、产品、团队管理等方面的先进经验和做法，再为我所用，很快我就找到了感觉，业绩也稳步提升，直至 3 个月后，老朴对我说了一句“作为一个 3 个月多的新人，你的进步很快，加油！”我备受鼓舞，这句话也一直激励着我……

在这里，我想说的是，没有老朴，没有通信零售 QQ 群，也许我同样会进步，但是远不会像现在这么神速和轻松。更或者，我因找不到出路和方向早就轻言放弃或者另投他行了。所以在这里我发自内心地感谢通信零售社群提供了这么好的一个交流平台，让我见识了通信零售社群这么一个优秀的团队，还认识了那么多通信界的精英，这是一笔不小的财富。

二、关于课程

作为通信零售社群的一个“粉丝”，其实当初我并不算是一个合格的“粉丝”，因为我曾经一度对老朴的课不感冒，认为课堂上讲的都是高大上的战略，而我所需要的是接地气的战术。2014 年 9 月，我有幸参加了聚势商学院的广州班，通过学习，思想得到了很大的转变，可以说是如梦初醒。

《亮剑》中李云龙等接到去军事学校学习军事指挥的时候，曾经一度不屑地说道：“我

打了一辈子仗，还是胜仗，不需要学习。”想当初，我也曾经有过这样的念头，觉得自己是实战派，不需要理论派。现在想想，当初的这种思想是多么狂妄和幼稚。通过学习，我得到了很大的提升，总结起来有以下三点：第一，通过学习将当初的“知其然，不知其所以然”，把当初使用的招术更加系统化和规范化。第二，通过学习，迅速吸取更先进的理念、思路、战略战术。第三，和正能量的人在一起，自己也更加充满激情和斗志。其中回味和收获，难以用文字来形容，更“不足向外人道也”。如果说黄埔军校是造就军事指挥人才的摇篮，我认为聚势商学院无疑是培养通信零售超级操盘手的殿堂。不上指挥学校难以成为一个优秀的军事人才，不经过聚势商学院课堂淬炼同样也难以成为一个顶尖的操盘手，这是我最深刻的认识。

犹记第一堂课，老朴曾问：“请问各位你们今天是来干什么的？”很多学员回答：“我们是来学习的。”朴老师曾当场反驳：“错了，你们是来解决问题的，我们开课的目的，就是为了帮助大家解决问题。”简单的一句话，体现了聚势商学院的开课宗旨：从实战出发，帮助企业解决问题。这种开课的宗旨也有别于一些别的以赚钱为目的的培训，这也是我感受最深的一个地方。也正是这个培训班，让我有幸结识了沉稳睿智的朴老师、博学多才的夏老师、幽默风趣的张老师，我们亦保持着亦师亦友的关系，我想这是我人生经历中的一笔巨大财富，也是我职业路上的指路明灯，我将永远珍惜，通信零售社群我也将一直追随。

三、关于“七步成单法”

“酒过三巡，菜过五味”，用北方的方言说该上“硬菜”了，越是到这里越纠结，前面花费了大量的篇幅写所谓的“序”，其实看起来更像是“一个通信零售社群学员的自白”，其实跟正题大多无关，在这里简单地介绍一下“七步成单法”，言明：仅作介绍，实为抛

第一步

第二步

第三步

第四步

第五步

第六步

第七步

砖引玉，否则有关公面前耍大刀的嫌疑？要想修炼更高层的“内功”，还得仔细参阅此书或参加聚势商学院的课程：

1. 迎客进店；
2. 探索需求；
3. 提供方案；
4. 确定方案；
5. 缴费成交；
6. 试机辅导；
7. 送客离店。

简单七步，就将整个销售流程清晰明朗地梳理出来，让人有种豁然开朗开门见山的感覺。此书虽然取名“七步成单法”，但精彩点远远不止此一点，书中还专业细致地剖析了七步中每一个环节的注意事项、术语、难点、重点等，不愧为通信零售操盘手不可多得的至宝，正所谓“一书在手、天下我有”我想大抵就是这个意思。

四、后续

当今世道，干什么的都有托，卖药的有药托，吃饭的有饭托、卖酒的有酒托，就连刘谦上春晚，还是有托。但是，我想说：我真不是托。以上我只是结识通信零售社群以来的真实经历和感悟，也正是这种结识，让我得到非常大的收获，所以我也毫不犹豫地选择为此书宣传。我相信，还有更多和我一样有幸结识通信零售社群的同仁也有同样的收获，那么此书是和通信零售社群结识的一个有效的桥梁。

基督徒在买《圣经》的时候，从不说买，而是说“请一本圣经”，因为在他们心目中，《圣经》的价值是无价的，作为通信零售社群的粉丝，我也会在第一时间“请”一本圣经，

我相信它带给我的价值一样是无价！

祝愿通信零售社群越办越好，也祝愿获得此书的朋友业绩暴涨，我们一起携手，打造通信零售行业属于我们自己的辉煌。最后借此机会感谢通信零售社群，感谢聚势商学院，感谢在此社群认识的朴老师、夏老师、张老师以及东莞林老师、小娟、大伟、娜娜等一众挚友（太多太多，人名不再一一赘述）。

学员大建

第一步
第二步
第三步
第四步
第五步
第六步
第七步

我为《销售七步成单法》写个序

《销售七步成单法》是通信零售社群继“葵花宝典”后又一巨作，偶然的机，看见朴老师邀请学员写个序，其实说实话，我文采非常不好，但是上过聚势商学院的课程后，特别是“销售七步成单法”那段课程，觉得我应该要把自己的感想分享出来。这次新书一出，我相信会带动全国通信行业的一次变动。据我所了解，很多手机小企业的业绩原地不动，甚至下滑，直接的原因就是员工不够强势，没有技巧，没有流程，更没有说服力。对于企业来说，一个进店有意向购买手机的顾客，因为员工的技巧问题而流失，这个问题是很严重的，说难听一点，引进一个有意向的顾客，可能需要 50 张单页，甚至要做更多的宣传广告，才能换回来。作为企业老板、管理者，应该注重员工销售技能的打造。《销售七步成单法》正好能解决企业上的员工技巧的难题。所以说，这次新书是无价之宝，值得去读，去实践，去落地，更值得通信行业人人拥有一本。

在 2013 年 6 月份，微信的公众平台快速崛起，让我关注到了通信零售的微信公众号，很荣幸进入了通信零售这个社群，那时我只是公司的一名店长，在群里认识了很多全国各地的通信行业精英。从那时起，通信零售社群就开始影响着我，有句话说得很好：“近朱者赤近墨者黑。”跟着什么样的朋友圈，变成什么样的人。朴老师创建的社群，是一个很伟大的社群，在里面很多优秀企业老板、店长，我一直认真与他们交流学习。

2013 年 9 月份，我决定参加聚势商学院的深圳课程，希望能跟朴老师见面，认识更多精英，同时把自身的能力再提升一下。就是在深圳的课程，我接触到了《销售七步成

单法》的课程，我到现在依然清晰记得朴老师说过的话：“销售，不能只说配置，什么 54321，五寸大屏、四核处理器、3G 网络、21 兆网速，已经 OUT 了。现在，要卖生活，卖应用，教顾客如何把生活跟手机关联在一起，教顾客方便生活，甚至省钱。”《销售七步成单法》就有这样的法力，让销售顾问一步一步跟顾客互动，给顾客介绍手机带来的生活改变，从而提高了成交率。

深圳课程过后，经过 2 天 1 夜的特训，我回到了公司，进行了规划、落地：（1）坚持开早会，鼓励每天第一单；（2）应用“销售七步成单法”进行单品设计，主推管理，10 月份以后业绩每月 20% 的速度提升。2014 年 3 月，我正式任职恒润通信集团的经理。在这里我要衷心的感谢朴红伟老师，没有朴老师的教导，没有通信零售社群，我可能要走很多弯路，才能走到今天的位置。我明白，接下来离自己目标还很远，学无止境，我会继续跟着通信零售的平台，认识更多的精英，向他们学习，向他们取经。同时，我也会订购《销售七步成单法》，奖励给我们公司优秀员工，给他们物质的奖励，就不如给他们《销售七步成单法》这个终身财富。

最后，祝贺朴红伟老师，聚势商学院的两位老师：夏老师，张老师以及其他老师身体健康，事业顺利，我会继承你们无私分享的精神，努力让自己在通信零售社群，做出更大的贡献。祝愿通信零售社群，越做越好，让更多通信零售社员，学到更多东西。

感恩！

学员吴权

第一步

第二步

第三步

第四步

第五步

第六步

第七步

序

销售流程决定顾客选择

通信零售企业务实的策略

目前做通信零售的企业，不管是手机零售店，还是运营商的营业厅，都深深感受到了电商对这个行业的冲击，有非常强的危机感，对未来有些迷茫。

很多企业开始追 O2O 概念，去参加 O2O 的培训，回来自己搭电商网站、开微店，等等，结果折腾一番后发现还是没有结果，反而影响了团队的士气。

其实目前通信实体店面向未来还没有特别好的商业模式，面对很多提问，我通常回答，是 O2O 要着手去做了，不过今天还解决不了我们的核心问题。

所以给大家建议的务实策略就是“高筑墙、广积粮”！

高筑墙——这里指的是团队的经营，管理团队把经营人作为核心工作，要用心打造团队，建立企业文化，打造一个执行力强、有使命感的团队。团队是能够创造未来模式的关键，当出现市场机会，企业的团队有能力第一时间去抓住。

广积粮——就是要多赚钱，多储备现金，迎接行业低谷和为未来商业模式转型是需要资金支撑的。所以对于企业来说最重要的工作就是提升业绩。

广积粮和高筑墙，这两件事情是相辅相成的，业绩好时，团队士气高可以快速升级，团队战斗力强，自然业绩好。

所以如何提升店面业绩就成了当务之急。

影响通信零售企业业绩的因素有很多，而销售顾问的专业能力、销售话术，以及销售流程的灵活运用，则是最关键的。

本书所介绍的销售流程七步成单法则是最基础的一套方法，是帮助一线销售顾问提升销售力最佳的工具。

销售流程是业绩保障

在移动互联网时代，手机使用已经从 3G 阶段发展到 4G 阶段，通信零售门店仍然是顾客购买手机、运营商套餐的核心渠道。

在产品同质化的今天，消费者已经很难说清哪款手机更好，哪家运营商的网络更符合自己的需求，毕竟消费者自身没有那么多的专业知识。

事实上真正决定顾客在哪里买手机，用哪家运营商的卡，最关键的影响因素就是和顾客直接接触的销售顾问。

一位取得了顾客信任的销售顾问，在了解了顾客的需求后，他的建议就决定了顾客最终的选择。

而且这次消费的体验，也决定了顾客下次再有需求的时候是否还会来到这个门店。

销售顾问的专业能力、销售话术，以及销售流程的灵活运用，则是关键。

优秀的销售流程五个标准

一套优秀的销售流程必须满足以下条件。

1. 一定是符合顾客在购买过程中的心理变化，能够满足他在每个时点的心理诉求。
2. 一个优秀的销售流程也必然符合我们行业自身特点。能够卖裸机，也能成功销售合约，更重要的还能够启发顾客对内容产品的需求，实现流量经营，并且在流程结束的时候顾客是高度满意的，从而提高回头率，降低后续客户运营工作的难度。
3. 必须是融合关键、必要的实战方法，以提升流程的专业性。
4. 必须是经过实践检验的，在大量店面运用有实际效果，并进行优化改进的。
5. 必须有配套的工具表格及落地方法。

为什么是七步成单法

七步成单法，正是我们团队针对行业需要所开发的一套销售流程，在开发的过程中我们充分借鉴了行业内一些优秀企业现有流程设计的优点，同时也认真研究了消费心理学，以及通信行业业务特点和发展趋势，从而设计出基础框架和细节。

在七步成单法每一步设计过程中，我们都在同时思考两个问题，在这个动作上如何帮助消费者创造价值，同时如何创造销售顾问的价值。就是因为同时考虑这两个方面，才使得这套七步成单法有更强的现实指导意义。在本书的关键时刻一章中，实际上我们就是用了这两个维度的拆解，让大家更能精准地去掌握流程中一个关键时点的动作要点。

这套方法在几百家通信零售企业培训并落地，吸收大量落地后的实际反馈，并不断进行优化，并丰富了配套表格工具、落地推广流程和方法。

在店面实战中，此方法获得的最佳业绩提升就是全店仅靠学习和运用七步成单法就实现了业绩 110% 的增长。

销售流程应用解读

提到通信零售店的销售流程，大家就能找出很多企业的标准，七步成单法、合约八部曲、销售六步骤，等等，而目前它们在行业真正落地后的应用效果并不好。这里和大家探讨一下是否有必要存在销售流程，以及如何才能活用销售流程。

好多人都认为销售流程没有什么用，其实这种观点是错误的，所谓的“销售流程没有用”是因为其设计不合理，不符合卖场实际销售环境，或者对细节把控得不够，以及执行落地力度不够，导致最终没有达到预期结果。

关于销售流程解读有如下几点。

1. 没有有标准流程也可以卖好产品，但是流程用得好可以卖得更好。
2. 流程有很强的实践指导意义。

标准销售流程是对最佳实践的提炼，没有学过罗汉拳也可以通过自己悟得的王八拳称霸街头，但是遇见少林高手肯定打不赢。所以要通过流程的设计和推广、优化来系统地提升销售顾问的战斗力和强化业务重点和顾客体验。

3. 实战中流程不可能完全按照顺序执行。

如果顾客自己已经把流程中某些步骤完成了，就省去这些环节，比如顾客进门就问iPhone6有没有货，那么就不需要探寻需求了，直接从提供方案和确定方案开始。

4. 扎实掌握流程中每一步的要点是基础。

销售流程每一步的拆解，包括核心动作、话术、方法，比如合约计划推荐中，对顾客需求的判断、帮助顾客算账（消费结构和总额）、品牌优势介绍、回应换号异议、选号码等关键动作的要求。

5. 在各个流程步骤间流畅地跳转衔接是关键。

使顾客感觉不到流程而觉得销售顾问用本能的用心和专业为自己来服务是最高境界。

6. 销售顾问要严格检验流程中的每一步目标是否完成，完成得不好则无法顺利进入下一步。

否则就算进入了也会后退，比如对顾客需求确认得不准确；就算帮顾客确定了方案，顾客可能会提出不要这款手机，还要从头来过。

活用流程不是放弃流程，而是要把握流程的关键点，而在一些非关键的动作上不要僵化执行。

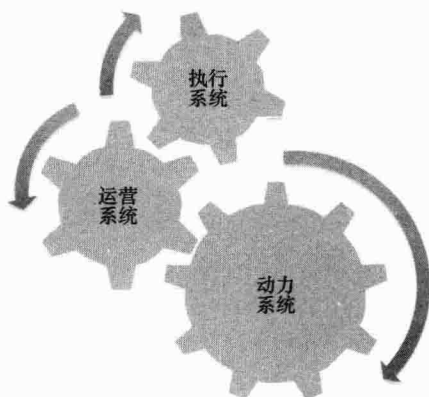
在我们培训销售顾问的过程中，常常发现一个现象，就是新员工对于这套流程学习运得快，业绩提升的效果明显，而一些业绩好的老员工反而学起来比较吃力。

这种现象说明老员工自己摸爬滚打整理出来实战的一套方法在影响他们学习新方法，而进入了移动互联网时代，原来销售 2G 手机，以产品为中心的售卖方法已经不合时宜，而他们却仍然固守自己的原有的方法。

这也是这套销售流程在落地执行时要注意突破的难点，改变一个人的习惯是最难的。

总之，七步成单法不是一个高大上的理论框架，而是一套实战的方法，在我们推出的三大系统课程体系中，这只是最基础的一门课程，不过就是这门课程却是最能解决一线销售顾问根本问题的法宝，希望对大家有帮助。

附 录



三大系统课程，解决通信零售企业核心问题。

- 执行系统 + 运营系统，能够实现团队状态激发，业绩翻番，士气能够保持半年以上。
- 而动力系统的落地，将能够让团队的状态一直保持下去。从根本上解决企业长远发展的动力。

帮助企业实现广积粮 + 高筑墙

通信零售“超级大 BOSS”（动力系统）

培训对象：企业老板、股东

培训方式：讲师讲授 + 案例研讨

培训模式：3 天

培训目标：从根本上解决人的问题，把公司打造成老板和员工共同的奋斗者平台；

核心内容：企业定位、分配机制、企业规划、企业文化、企业管理系统、PK 机制、启动大会、信仰系统等

通信零售“超级操盘手”（运营系统）

培训对象：老板、经理、店长、运营商渠道管理团队

授课方式：讲师讲授 + 案例研讨 + 角色扮演 + 讲师点评 + 落地工具

培训模式：3 天 + 2 天 + 3 天

培训目标：建立连锁运营标准，提供产品、陈列、销售、客户运营等方面运营方法，实现业绩快速提升。

核心内容：聚焦 TOP 单品法、转推、店面布局与展陈、七步成单法、客户运营、O2O、微营销、现场管理等

通信零售“超级战队”（执行系统）

培训对象：企业核心团队（企业老板、操盘手、店长）

授课方式：讲师讲授 + 案例研讨 + 团队突破演练

培训模式：3 天

培训目标：快速激发团队状态，打造狼性团队

核心内容：老板定向会、团队 PK、势的经营、管理者的自我修养、如何打造团队氛围等

【适合企业】拥有 15 家店面以上的中小型连锁通信零售企业

【培训对象】企业老板、中高层经营团队、店长、骨干员工

【授课方式】课前调研+课程讲授+模拟演练+现场指导+落地工具+落地跟踪服务

【收费标准】15 万元（不含交通费、住宿费）

【学员人数】25 ~ 40 人

【时间地点】3 天，企业所在地

【课程目标】

1. 激发团队潜力、状态，并教授打造狼性团队的实战方法
2. 教授业绩提升方法，掌握提升进店率和成交率以及毛利率的具体实践方法
3. 输出店面运营标准设计细则，让经营管理团队可以参考制定内部标准
4. 提供落地工具和方法，推动所学方法在店面落地执行

【核心内容】可选择定制



如何加入【通信零售】社群？

申请加入 QQ 群：

【287637562】销售顾问群

【275310261】TOP 店长群

【192183043】老板群

【327233979】运营商零售群

关注易信公众账号：



关注微信公众账号：

通信零售



朴红伟



聚势商学院



还可以参加我们课程，进入通信零售社群核心圈