



5
分钟

THE TOUCHING SKILLS
OF SALES IN FIVE MINUTES

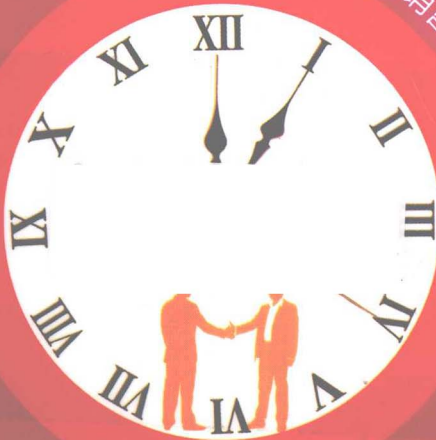
打动人心 的销售技巧

一网扫尽快速成交大师的权威力作！

莫莫◎编著

崛起于平民销售圈子的成功销售理念，
适合每一个渴望成为销售明星的草根销售员！

5分钟足以决定一个销售员的命运！
集齐实战检验后的销售真经！



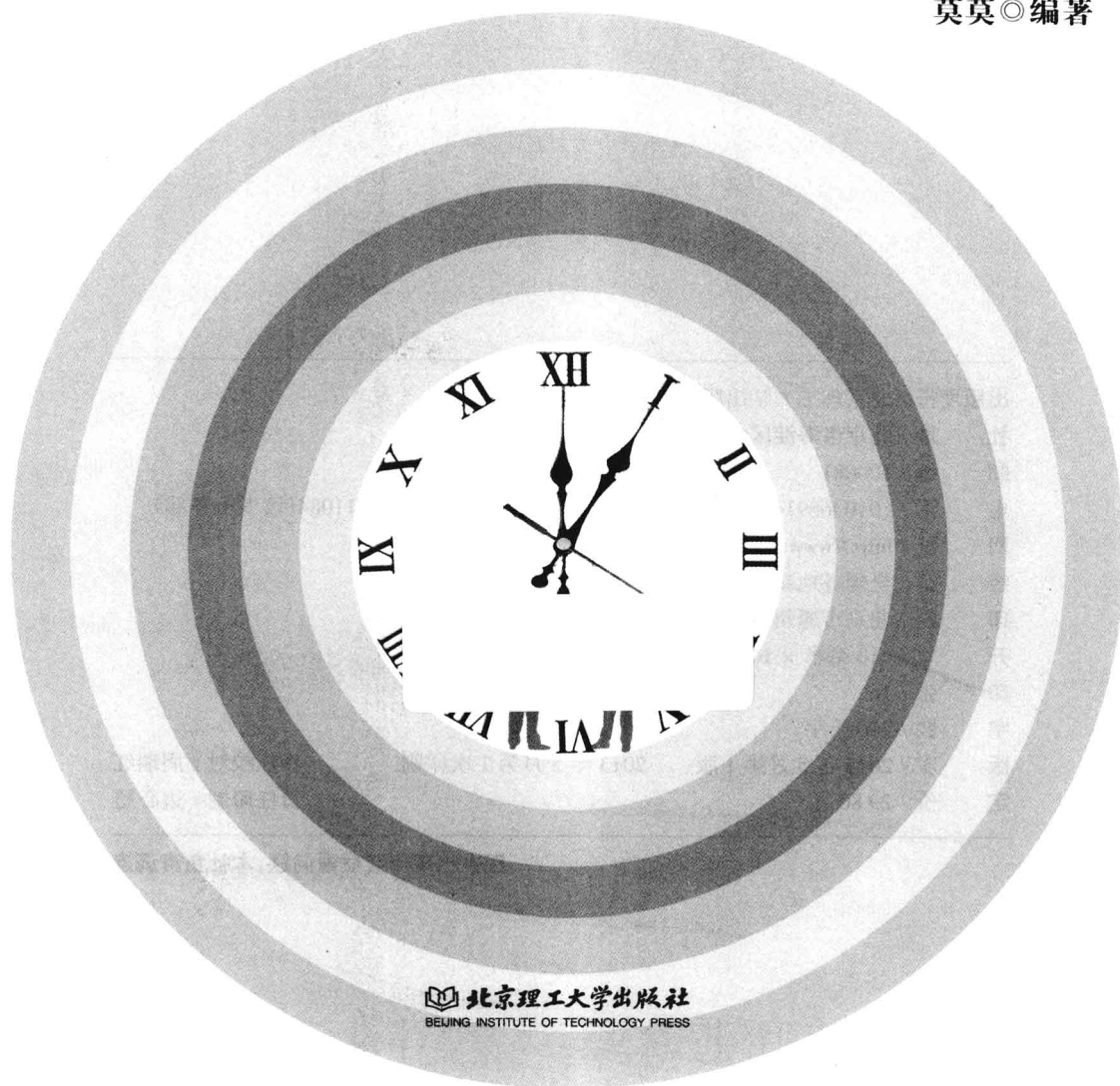


5
分钟

THE TOUCHING SKILLS
OF SALES IN FIVE MINUTES

打动人心 的销售技巧

莫莫◎编著



 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

5 分钟打动人心的销售技巧 / 莫莫编著. —北京:北京理工大学出版社, 2013.5
ISBN 978-7-5640-7423-4

I. ①5… II. ①莫… III. ①销售-商业心理学-通俗读物 IV. ①F713.55-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 026474 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(办公室) 68944990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京市通州富达印刷厂

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 16

字 数 / 200 千字

版 次 / 2013 年 5 月第 1 版 2013 年 5 月第 1 次印刷

责任校对 / 周瑞红

定 价 / 29.80 元

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题,本社负责调换

<<<<<< 序

作为一名销售员，你有没有这样的困惑：虽然自己起早贪黑，一直在努力，可业绩总是提不上去，自信心受到很大的挑战，同时也在时刻担心上司什么时候会炒自己的鱿鱼。此时你的处境非常被动，你也很想有所突破，但是该如何突破？这才是令你最头疼的问题。

你的销售做得好不好？你的能力如何？衡量的唯一标准就是业绩。不管你怎么努力，不管你是不是每天都起早贪黑地上班，只要你的业绩不佳，没有给企业、公司，甚至是你自己创造出价值，那么你的销售就没有做好，你在销售方面的能力就会被人们质疑。因此，但凡做销售的人，内心都承担着巨大的压力。

想要让自己的业绩提升，是有策略和技巧的。在做销售的过程中，销售人员会与很多客户打交道，那些终端销售者甚至遇到的客户无数，但并非所有客户都能让你实现成功销售，在销售中也不要奢望能够拿到所有客户的签单，即便是最优秀、最成功的销售人员也有销售失败的时候。因此，要提升自己的业绩，就需要掌握一定的策略和技巧，而快速打动人心就是其中的一种。

本书旨在教给销售人员一些销售技巧，这些技巧可以帮助你提升业绩、提高收入，更重要的是，它能够让你在最短的时间内打动客户，激发客户的购买欲望，从而获得更多的订单。

销售人员都知道，销售的第一步就是让客户信赖你，这就需要读懂客户的心理，赢得客户的信任；不懂客户的需求，销售做起来就没有力度，无法提起客户的兴趣，因此在沟通中，销售人员还需要了解客户的需求；客户即便有需求，但是如果销售人员态度冷淡、消极，就很容易丢掉客户，因此你要适时而恰当地激发客户的购买欲，让他能在最短的时间内就与你签单；产品介绍是销售不可或缺的一个环节，但如何介绍才能在瞬间吸引客户的注意力，这就需要销售人员掌握一些有针对性、有目的性的介绍技巧；客户拒绝是常有的事，但只要你动脑筋，用一定的技巧就可以巧妙应对，变拒绝为机会；价格谈判是销售中一个十分关键的环节，价格谈不好，前面的一切努力都可能会付诸东流，因此要掌握在讨价还价中争取主动，赢得客户的技巧。

本书结合实际案例，将瞬间赢得客户的技巧与方法巧妙地渗透到销售的各个环节中，让销售人员无论在赢得客户的信任、激发客户的购买欲，还是在应对拒绝、价格谈判等方面，都能够得心应手、游刃有余，让销售水到渠成。

目 录

contents

P001 第一章 快速读心，

瞬间赢得客户信赖

先做好自己，再做销售	002
用良好的形象打动客户的心	006
“按图索骥”，找到与客户之间的共同点	009
感觉“对”了味，客户才会喜欢你	011
关心客户利益，让客户感觉你是个实在人	014
销售不是“零和博弈”，而是双赢的交易	017
拜访客户看准“点儿”	020
“说真话”让你瞬间赢得客户心	022
“用事实说话”，让客户从一进门就认同你	026
戴着“有色眼镜”看人，只会让顾客“绕道而行”	029
赞美客户，打开对方的心扉	033
用效率打动高层客户	036

P039 第二章 巧妙沟通，

一分钟读懂客户需求

真正了解客户的需求	040
“投石问路”，用提问法了解客户的购买意向	044
“顺着毛摸”，让客户自己说出需求	048
“会提问”，才能更多地了解客户的需求	051

“曲线救国”，从客户为满足他的客户需求出发	055
宾至如归的感觉让客户愿意说出需求	059
情感转移，了解客户需求	062
有效沟通，迅速了解客户需求	065
你不一定能说，但一定要善于听	068

P071 第三章 攻心为上， 激发购买欲的策略

多打“勾拳”，巧妙激发客户的购买欲	072
为客户省钱，客户马上想要“买你的账”	076
投其所好，投得要“准”还要“妙”	079
“激将法”帮你迅速成交	083
让客户陶醉于你为他构造的美好画面中	087
让客户参与进来，激发客户的占有欲	091
神经联结，让客户一看到产品就快乐	094
“匮乏术”，得不到的永远是最好的	098
给客户占便宜的感觉	100
给客户一点善意的“威胁”	104
你给客户留面子，客户给你签单子	107

P111 第四章 情感攻势， 欲做生意先交友

为客户着想，客户就会买你的产品	112
“雪中送炭”，让客户倍感温暖	116
销售不是卖，是帮助顾客买	119
送客户的礼要送得巧、送得妙	122

感动你的客户，让他对你额外关照	126
“一石二鸟”，从关键人物的身边人入手	130
送客户人情，让你轻松拿订单	132
用积极的情感因素打动客户	135
要想快速成交，先建立友情	138
用心去做，感动客户	142

P145 第五章 产品介绍，
卖什么都别卖东西

以专业姿态介绍产品	146
针对客户需求做产品介绍	149
巧妙应对对产品有偏见的客户	152
介绍产品时不要马上提出成交要求	156
“有力证据”比单纯介绍更具说服力	159
帮客户做“加法”	162
三流销售卖产品，一流销售卖好处	165
快速销售密码：突出产品的核心价值	169
针对客户的需求，突出产品的益处	172
讲故事，让你的产品介绍更生动	175
信息传达要准确、到位	177

P181 第六章 应对拒绝，
将危机转为机遇

话说到心里，客户的“没兴趣”难关自然就攻破了	182
做好引导，让拒绝成为机会	185
有特色的开场白让客户无法说“不”	188

巧用“逆反心理”，促使销售成功	191
反客为主，面对客户拒绝巧应对	195
随机应变，巧妙融化客户石头般坚硬的心	199
巧妙应对“有消息给你打电话”	202
面对拒绝，巧妙为自己争取再次销售的机会	205
用你的真心堵住客户的借口	208

P211 第七章 价格策略， 处理价格异议走捷径

让客户真正体会到“货真价实”	212
不损伤顾客的优越感	215
利用涨价策略赢得客户	219
让顾客在砍价中找到成就感、满足感	222
用沉默战术应对客户的价格异议	226
反复刺激，用激将法攻破客户的价格坚冰	229
价格转移，让客户觉得买得值	232
让你的价格要求尽可能地高出底线	234
欲擒故纵的谈判技巧	237
避开价格，谈“省钱”的信息	241
巧用“金额细分法”降低客户对价格的敏感度	243

第一章

快速读心， 瞬间赢得客户信赖

销售的第一步是赢得客户的信任，因此，想要让销售在最短的时间内成交，我们就需要快速取得客户的信任。本章就为你提供了一些迅速读懂客户的心，在最短的时间内赢得客户信赖的技巧与方法。

先做好自己，再做销售

世界汽车销售第一人乔·吉拉德说：“我卖的不是我的雪佛兰汽车，我卖的是我自己。”乔·吉拉德之所以如此说，正是因为销售任何产品之前首先销售的是你自己。如果在面对面的销售中，客户不接受你这个人，那他就很难接受你的产品。因此，你是架在产品与客户之间的一道重要桥梁，你做好了自已，才能让销售快速达成。

《羊皮卷》上有几句箴言：“记住，你的顾客不是买你的产品。他们购买的是你，并且为你推销产品。如果你的眼睛里有一种善良的、直视的目光，如果你有一副友好的表情，并且如果你有礼貌的方法，那么，你就会成功。”无论你怎么跟顾客介绍公司是一流的，产品是一流的，服务是一流的，然而一旦顾客看到你的人像五流的，一听你讲话更像是外行，那么一般来说，客户根本就不愿意再跟你谈下去。如此一来，你又怎么可能会快速地与顾客达成交易，提升业绩呢？



世界上最伟大的推销员乔·吉拉德先生在一次演讲中说，他曾经在失败落魄的年代当过扒手、小偷，甚至因失手被捕过，35岁之前他几乎一事无成。

但有一天，他遇到了一个机会，因为老板可以给他卖汽车的工作了。然而不幸的是，他的运气实在有些差，因为在他卖车的第一年里，他才卖出了不到4台汽车，其中有一辆仅仅付了一部分款。后来有一天，他迎来了一个销售训练的机会。通过这个机会，他认识到一点：世界上最好的产品不是他的雪佛兰汽车，而是他自己。从那以后，他便开始以“很不正常”的方式向别人推销他自己。

无论去哪里，乔·吉拉德都不忘记带上自己的名片。一见到陌生人，他就会马上递上自己的名片，说：“你好，我叫乔·吉拉德。”渐渐地，他发现一张一张地发太慢了，干脆一次就发一盒。“你好，我叫乔·吉拉德，这一盒名片送给你。”说完便将一整盒的名片送了出去。所有拿到一整盒名片的人都会被吓了一跳，手里拿着名片不知所措。这时他就会解释说：“我叫乔·吉拉德，我希望你能记住我的名字，所以我的作为跟别人不一样。这一盒的名片给你，如果你认为有些浪费的话，那就请你不要丢掉，请你将它们给那些需要买车的人，也可以发给那些陌生人，让他们也可以认识乔·吉拉德。”当他说完这番话的时候，很多人对他真的加深了印象。

有乔·吉拉德出现的地方就会有他的名片，他会在自己曾经消费过的地方留下一盒名片，告诉后来的人他叫乔·吉拉德：餐厅的桌子上、打保龄球休息的座椅上、到公园里散步休息时的长椅上……

一次，乔·吉拉德去看橄榄球比赛。当所有的球迷坐在观众台上，为自己心爱的球队欢呼加油时，他也跟着一起加油，然后撒出一盒名片；当观众因为自己喜欢的球队进球而跳跃欢呼时，他也会跳跃着欢呼，同时撒下一盒甚至几盒的名片。

当很多观众看到撒下了名片，接到或捡到一看会发现，怎么又

是乔·吉拉德？因为他们在进场时已经看到并接受了他的名片，在为队员加油时看到了他的名片，甚至在离场时，他们依然会看到地上满是乔·吉拉德的名片。

因此，许多人都对乔·吉拉德的印象很深刻，也有不少的人主动去找他买车。他们认为他很特殊，他们甚至想跟他交朋友，想要通过买车认识一下他到底是个什么样的人。

一个人要先做好自己、接受自己、喜欢自己，才能把自己推销给别人，才能将产品推销给别人。当你自己都没有做好自己，不愿接受自己的观念，不相信自己讲的话，不愿意使用自己推荐给别人的产品，那么，你是无论如何也无法将产品销售给别人的，更不可能让客户信任你、接受你和认可你。

因此，在做销售之前，你需要首先问一问自己：我做好自己了吗？我能够把我自己推销出去吗？或者你可以先自问是否可以将你推销给你自己，如果不可以，如果你认为自己有着很多的不足，那么就先修炼你自己，让自己成为一个真正能够快速卖出产品的人。

1930年初秋的一个清晨，一个只有1.45米的矮个子青年慵懒地从日本东京目黑区的公园长凳上爬了起来，望望前方的路，徒步赶去上班。他由于拖欠房租已经在公园的长凳上睡了两个多月。他就是原一平，刚刚在一家保险公司做推销员，虽然他工作很勤奋，但因为卖不出保险，少得可怜的工资甚至有时候让他连午餐都吃不起，而且每天还要看尽人们的脸色。

这天，原一平来到一座寺院，向住持介绍投保的好处。老主持很有耐心地听完了他的讲话，然后平静地说：“你的介绍丝毫不能引起我投保的意愿。在与人这样相对而坐时，一定要具备一种强烈吸引对方的魅力，假如你无法做到这一点，你将来就没什么前途可言了……”

从寺院里出来，原一平一路思索着老住持的话，若有所悟。接下来，他不断地找出自己的不足，还专门让同事和客户指出自己的缺点。

“你总是会沉不住气，个性太急躁……”“你经常会听不进别人的意见，有些自以为是……”“做销售需要面对不同类型的人，你有必要加强学习，丰富知识，以便能与形形色色的客户都找到共同的话题，拉近彼此之间的距离。”

各种可贵的逆耳忠言一次次地像将他剥了一层皮一样让他历练、蜕变、成长……最终，他成长为销售业绩荣膺全日本之最的最优秀的销售人员、连续15年保持全日本销售第一、成为了美国百万圆桌会议的终身会员，并且被美国著名作家奥格·曼狄诺称为“世界上最伟大的推销员”。

原一平的历练经历正印证了那句话：“有些时候，迫切应该改变的或许不是环境，而是我们自己。”

其实，在销售人员当中，有许多人都不喜欢自己，认为自己还没有做好，他们为此不相信自己可以成功，他们不觉得自己是最优秀的，更不会认为自己可以成为人们心中最优秀的销售人员，他们甚至在偶然卖出一件商品后，还有些不敢相信这是自己的成绩。以这种形象和心态做销售，相信不管你从事这行多少年，都难以有所突破。

但是如何才能做好自己，让自己成为最好的产品？这就需要你除了在着装、商务礼仪、行为举止等方面做到专业外，还要有自信心，积极乐观，同时还要真诚地对待客户，让客户一见到你就能有种信任感，瞬间提升你在客户心目中的良好形象，从而为你的快速成交打下基础。

一定要记住，在客户面前，你要先做好自己，将自己当成是最好的产品，让客户感觉你是一个有安全感、可信赖的人，从而为你的产品快速售出打下坚实的基础。

用良好的形象打动客户的心

汤姆·霍普金斯曾经说过：“顶尖的销售人员在进门的那一瞬间，就可分辨出来。”现在，人们的工作节奏越来越快，当你在拜访客户的时候，客户没有太多的时间来了解你是一个什么样的人，很多人对你的感觉和认知都是通过短暂的接触确定的，“以貌取人”是现代大多数人的“通病”。

俗话说“先入为主”，客户的心就像快干的水泥，从他见到你的一刹那起就开始形成印象，并长久地烙印在他的心上。心理学家研究发现，7秒钟的第一印象可以保持7年，一旦形成很难改变。每个人都会自然地倾向于找更多的证据来确定他们已经形成的结论，而不会去找证据反驳它。不管你是否愿意，第一印象总会在以后的决策中起着主导作用。

这就是第一印象的重要性。销售的关键就是让客户建立起信任感。客户最大的顾虑就是做出错误的判断，购买了不理想的商品。而第一印象会给客户一种直觉，让他判断出面前的这个人是否可信。

有一位成功的女董事长讲述了她的一次经历。她说：“曾经有一次，有一个女销售员和我联系，她正在销售一款我们很需要的产品。她介绍说自己在做销售，同时还拥有博士学位。我好学的儿子对她也很有兴趣，于是我们决定花一个下午的时间和她聊聊。”这位董事长还说，她为了让自己看上去的确像个董事长的样子，特地在那个销售人员到之前认真地打扮了一番：她选了一套黑色的丝绸装，还佩戴了平时很少佩戴的钻石。

会面安排在了下午2点，就在离2点还有5分钟的时候，这位董事长看到了一个穿得很糟糕的女人走向她秘书的办公桌：她穿了一条便裤，一件短袖衬衫，脚上穿了一双旅游鞋，一个男孩的头型，脸上没有化妆，即便是淡妆也没有，看上去很土，更严重的是，这个女销售员的指甲就像刚做完农活回来，里面藏满了泥垢。这位董事长一下子就有种受骗的感觉，因为她感觉那个销售人员根本就不是什么公司的职员，更不会有博士的学位，就因为那样的装束和打扮！

很快，她们的谈话开始了，但董事长唯一的想法就是赶快结束谈话。而就在这时，董事长的儿子也来了，但她可以从他的脸上看出来——他彻底惊呆了，他内心充满了疑惑！他跟她谈了不到3分钟就匆匆离开了，很显然，他和他的母亲一样，都不喜欢那个销售员的外表，当然，对她的产品，他们更是连看都没有看一眼。事后，这位董事长说：“毕竟你只有一次给别人第一印象的机会，无论在着装方面，还是在其他方面，如果你总是显得漫不经心，就会让人对你失去尊重感，你的产品卖不出去是必然的。”

有句话说得好：“你站在桥上看风景，别人在风景中看你。”销售人员若想快速俘获客户的心，将产品销售出去，就要懂得展现自己最美丽的一面，否则很难让客户接受你。就像案例中的董事长和她的儿子，他们不愿意接受女销售员这个人，所以他们最终没有给她介绍产品的机会。

若想提高自我形象，就要从仪表、服装、发型、配件、公事包等方面入手，小至皮鞋、袜子都要仔细打点，任何一个小细节的疏忽，如深色西装配一双白皮鞋、黑皮鞋里面配一双白袜子，都会造成无可弥补的损失。一旦被客户看“扁”，以后再怎么努力都没有用。相反，如果一个销售人员看起来神清气爽、格调高雅，眉宇间透露着自信的神采，让人有乍见之欢，那么此单生意基本已经确定

了。就像罗伯特·庞德曾说的：“这是一个两分钟的世界，你只有一分钟展示给人们你是谁，另一分钟是让他们喜欢你。”

销售人员在形象上的投资是最重要的投资。这句话一点也不假，在推销产品前，首先要将自己当成最好的产品。销售人员的形象之所以很重要，就在于客户对销售人员是有所期望的，他们希望在现实中，你的形象能够和他们心目中的形象一样，是他们愿意接受的，是对他们有帮助的。但如果客户在看你第一眼时，心理就形成了落差，那么接下来你想要挽回也已经太迟了，正如上例中那位女董事长说的那样，“你只有一次给客户留下第一印象的机会”。

其实，大部分销售人员还是很注重形象的，例如在炎热的夏天，有些销售人员还一定要穿西装、打领带，即便很热，也要让自己在形象上不输于人，而且在很多行业的内部都流传着这样一个潜规则：穿或者不穿西装，一个100万的项目就可能会差20万。当然，并不是一定要主张穿西装，有时候甚至穿了西装会和客户生分了、疏远了，主要还是穿着得体，要让客户在见到你后认为你是专业的销售人员，是有正事要干的，不是闲散的正在度假的旅客。还有一些人虽然在平时嘴上没有把门的，但在客户面前，他们永远都保持着一副高雅的形象。也有的销售人员在闲暇时行为举止很随意，但是在客户面前，他们会很规矩，生怕哪点做不好影响了销售。

要想给客户留下难忘的第一印象，就要事先把给客户的印象设计出来，写在一张纸上，每天反复看，并且问自己：“我每一天要做哪些事情才能符合这样的一个印象？”当客户提到你的时候，他会说些什么，是对你的好评多，还是不好的印象多？你希望客户能够产生怎样的情绪？希望被客户看成是一个怎样的人？这些都要认真设计出来，因为给客户的印象永远没有第二次机会。

记住，要让客户一见到你就像见到了顶尖的销售人员，从而在客户的心中留下良好的印象，以助你能快速地将产品销售出去。