

○第一次做销售就上手

销售 全攻略

销售技巧全程训练

李俊彦 陈亮◎著

一本书了解销售过程，拿下客户，成为销售高手

最详细的销售步骤演示，最全面的销售技巧解析，
最新鲜的销售案例分析，最权威的销售方法指导。

一书在手，签单不愁

专业版

HUAN YE BAN



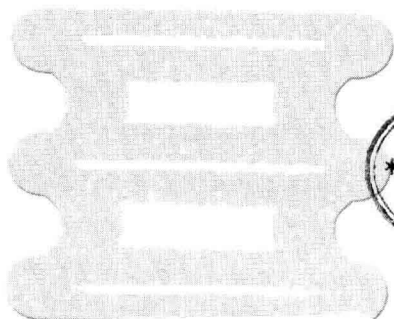
人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

第一次做销售就上手

销售 全攻略

销售技巧全程训练

李俊彦 陈 亮◎著



人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (C I P) 数据

销售全攻略：销售技巧全程训练 / 李俊彦, 陈亮著

— 北京：人民邮电出版社, 2013.8

(第一次做销售就上手)

ISBN 978-7-115-32379-8

I. ①销… II. ①李… ②陈… III. ①销售—方法
IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第141609号

内 容 提 要

销售技巧既是销售能力的体现,也是一种工作技能,它包括对客户心理、产品专业知识、社会常识、表达能力、沟通能力的掌控运用。面对不同爱好、不同性格,甚至不同心情的客户,能够使对方产生倾听的兴趣,先接受销售员,然后接受产品,是一项既专业又复杂的工作。本书针对整个销售过程,为读者总结出了全面提高销售技巧、促进成交的流程和方法,是你成为销售高手的秘诀宝典。

◆ 著 李俊彦 陈 亮

责任编辑 任忠鹏

执行编辑 张婷婷

责任印制 周昇亮

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号

邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 16

2013年8月第1版

字数: 236千字

2013年8月北京第1次印刷

定价: 39.00元

读者服务热线: (010)67189173 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第0021号

前

言

德国最大的防盗门生产公司经理莱西特·比法尔曾经说过这样的话：“销售的赢家是这样一批人，他们能够赢得和说服那些不再相信一切、不再立即购买高价产品的客户，他们能在绝境中创造惊人奇迹。”其中的“这样一批人”就是指掌握了销售技巧的人。销售员如果想不甘平庸，创造出惊人的奇迹，首先就需要掌握销售技巧。

在产品和服务日益同质化的时代，能使产品产生魅力的不是产品本身，而是销售员推销的方式和方法。现代社会不是有形的产品的竞争，而是无形的销售技巧的竞争。所谓“台上一分钟，台下十年功”。客户签下合同，成交的那一刻是短暂的，但是为了这短暂的一刻，销售员需要用到诸多的销售技巧，并为领会和熟练使用销售技巧付出艰辛的努力。

销售虽然是一个辛苦的职业，但也是销售员实现自身价值、挖掘潜能的职业。销售行业的门槛看起来很低，但销售员如果想在竞争洪流中站稳脚跟，还需要掌握住市场规律与生存法则。如果不懂技巧，盲目销售，则可能费力不讨好，阻碍销售进程。

其实销售是人与人之间沟通的过程，贯穿整个过程的交谈就是动之以情、晓之以理。销售技巧是销售员最重要、最核心的技能。练就销售技巧的目的是帮助销售员打开客户心扉，赢得客户的信任，让客户意识到对产品的需要，进而产生购买愿望。

将一把陈旧的斧子卖给总统，这看起来是不可能实现的事情，总统怎么可能用到这样的工具？再说了，即使会用到，也不可能亲自去购买。但是这件看似不可能完成的事情却被乔治·赫伯运用销售技巧实现了，并且获得了布鲁金斯学会“金靴奖”。

布鲁金斯学会以培养世界上最杰出的销售员而著称。这个学会有一个传统，在每期学员毕业时，都会设计一道最能体现销售员能力的实习题目，让

学生们去完成，并向成功的学生颁发“金靴奖”。

在乔治·赫伯特获得“金靴奖”之前，这个奖项已经有26年无人问津了。

乔治·赫伯特毕业时，美国在任总统是小布什，学会设计的毕业题目是：请把一把旧式斧子推销给小布什总统。鉴于数年的失败，许多学员放弃了争夺“金靴奖”，然而，乔治·赫伯特却做到了。

乔治·赫伯特在接受采访时表示，把斧子推销给小布什是完全可能的，因为小布什总统在得克萨斯州有一个农场，里面长着许多树。于是乔治·赫伯特给小布什总统写了一封信，内容如下：“有一次，我有幸参观您的农场，发现里面长着许多大树，很多已经死掉，木质变得十分松软。我想，您一定需要一把斧子，这样才能使您的农场变得更加美丽。假若您有兴趣的话，请按照这封信留下的信箱给予回复。”结果没过几天，小布什总统就给乔治·赫伯特寄来了买斧子的钱。

乔治·赫伯特的成功表明，当售卖的商品相同，而且客户并没有需求的情况下，运用提前了解客户情况、直接邮寄、向客户提出真诚的建议等销售技巧，则可获得意料之外的效果。

推销并不是强制地向客户推销，而是站在客户的角度，理解客户需求，并对客户进行引导。其实销售的最终目的只有一个，那就是要把自己的产品推销给客户。销售员从与客户接触开始，到最后成交，不可避免地会遇到客户提出的各种问题，那么，具体该如何运用销售技巧进行应对呢？

本书针对整个销售过程的不同阶段总结出了八个方面的应对技巧，分别是销售前的准备技巧、寻找客户技巧、拜访客户技巧、与客户沟通技巧、处理客户问题技巧、与客户谈判技巧、电话销售技巧、售后服务技巧。本书突破了由“点”着手的介绍方式，不仅加入了销售员从事销售工作必备的心理素质，而且还详细分析了销售过程中沟通和成交的运用技巧；同时还列举了生动、精简的案例，并配合案例给出了应对方法；最后，提取销售技巧要点，总结出实用性很强的实战训练，使销售员在阅读的过程中，既明确了做法，又丰富了知识。

最后，希望有理想的销售员能在本书的帮助下不断完善自我，从而实现从优秀到卓越，由量变到质变的提升。

目 录

CONTENTS

第1章 做好准备，这是艰辛和挑战并存的工作

1. 销售是份艰辛的工作，不要轻言放弃 / 2
2. 拒绝是客户的习惯，要对自己有信心 / 5
3. 不卑不亢，才能赢得尊重 / 8
4. 推销商品前，先推销自己 / 10
5. 勤奋不仅仅是一种精神 / 13
6. 学习，学习，再学习！ / 15
7. 好情绪带来好业绩 / 17
8. 做好自我职业生涯规划 / 20
9. 绝不满足，积极进取 / 24
10. 无论成交与否，都要感恩客户 / 26

第2章 寻找客户，选对池塘钓大鱼

1. 定位客户，寻找客户 / 30
2. 对客户了解比自己产品了解更重要 / 33
3. 学会与 20% 的客户做 80% 的生意 / 35
4. 找到关键客户更容易成交 / 38
5. 任何时候都不要怕陌生拜访 / 41
6. 展会成交概率大于陌生拜访 / 44
7. 利用强大的网络资源 / 46

- 8. 公司资源是你最容易使用的资源 / 49
- 9. 直接邮寄会收到意想不到的效果 / 52
- 10. 用客户资料卡存储客户 / 55

第3章 拜访客户，好开始成功一半

- 1. 拜访前明确销售目标 / 60
- 2. 开场介绍要认真准备 / 63
- 3. 提前熟悉客户情况 / 66
- 4. 最好制订一个详细的拜访计划 / 70
- 5. 既要有信任感，又要有亲和力 / 73
- 6. 做一个受客户欢迎的销售员 / 76
- 7. 利用好销售道具 / 79
- 8. 介绍产品有技巧 / 82
- 9. 准确判断客户角色 / 84
- 10. 不能对竞争对手一无所知 / 88

第4章 高效沟通，拉近彼此间的距离

- 1. 客户更容易接受真诚的建议 / 92
- 2. 巧妙应对客户的不同反应 / 95
- 3. 学会提问，把握客户心理 / 98
- 4. 提一提你们共同认识的“第三者” / 102
- 5. 不要忽视身体语言的作用 / 105
- 6. 注重礼仪，沟通更高效 / 108
- 7. 客户不喜欢过多使用专业术语 / 111
- 8. 学会与客户聊天 / 114
- 9. 幽默的谈吐为你的形象加分 / 118

10. 正确评说竞争对手的产品 / 121

第5章 异议处理，让销售无障碍

1. 让客户说出拒绝的理由 / 126
2. 预见客户会提出的异议 / 129
3. 客户的异议有真有假 / 132
4. 告诉客户一些事实真相 / 136
5. 把握好否认客户异议的“度” / 139
6. 客户的异议可以转化 / 142
7. 有步骤地处理客户异议 / 145
8. 认真倾听是处理异议的前提 / 148
9. 慎重处理过激的异议 / 152
10. 即便拒绝也不要伤和气 / 155

第6章 学会谈判，双赢成交更长久

1. 请记住，双赢是成交的基础 / 160
2. 主动消除客户犹豫不决的问题 / 163
3. “逼”客户一下也无妨 / 166
4. 巧妙应对客户讨价还价 / 170
5. 适当让步，换取客户认同 / 173
6. 用数字、案例来说服客户 / 176
7. 让客户说出愿意成交的条件 / 179
8. 面对竞争对手速度要快、效率要高 / 182
9. 理智对客户做出承诺 / 184
10. 别在最后一刻失去客户 / 187

第7章 一线万金，电话销售并不难

1. 与客户通话不要有恐惧之心 / 192
2. 打电话也有礼节 / 195
3. 巧妙通过秘书关 / 198
4. 通过电波与客户套近乎 / 201
5. 准确判断客户的性格 / 204
6. 接听客户电话的注意事项 / 208
7. 准备一份提示性的手稿 / 211
8. 悦耳的声音人人爱听 / 215
9. 三番五次打电话会惹怒客户 / 218
10. 打电话的时机要选对 / 221

第8章 服务到位，老客户带来新客户

1. 理解并倾听客户的抱怨 / 226
2. 争吵只会让问题更糟糕 / 228
3. 承担销售员应该承担的责任 / 231
4. 与客户建立持久的友好联系 / 233
5. 发自内心地尊重客户 / 235
6. 积极兑现服务上的承诺 / 237
7. 遇到投诉，处理到底 / 239
8. 永远不说“这不是我的错” / 241
9. 在服务中挖掘客户新的需求 / 244
10. 让老客户为你介绍新客户 / 246



第①章

做好准备， 这是艰辛和挑战并存的工作





1. 销售是份艰辛的工作，不要轻言放弃

销售工作是充满挑战、诱惑和令人自豪的，困难重重是挑战，高额的回报是诱惑，自己的业绩领先则更是自豪。这个职业尤其适合那些朝气蓬勃、激情四溢的年轻人，但是，仅有激情不够做好准备才是最重要的，因为这是一份充满艰辛的工作。

爱因斯坦曾说过：“由百折不挠的信念所支持的人的意志，比那些似乎是无敌的物质力量有更强大的威力。只有坚持，你的付出才有可能成为现实。”成功者决不放弃，放弃者决不会成功。遭到拒绝时，销售员要有“再努力一次”的决心和毅力，绝不轻言放弃。裁判员并不以运动员起跑时的速度来判定他的成绩和名次，你要取得冠军荣誉，必须坚持到最后一刻。唯有如此，成功才会青睐你。我非常敬佩的原一平是世界杰出的十大销售员之一，但在工作中，他的推销也并非每次都一帆风顺。

有一次，原一平打算拜访某公司的总裁。这位总裁是个不折不扣的“工作狂”，每天日理万机，常人连见他一面都不容易。虽然拜访他的概率很小，再三犹豫后原一平还是对秘书讲明了来意：“你好，我是原一平，我想拜访总裁，麻烦你替我转告一下，只要几分钟就可以了。”

“很抱歉，我们总裁不在，你以后再来吧！”秘书进去一会儿后说道。

无奈之下，原一平只好退了出来。就在他要走出大门的时候，他看到了一部漂亮的轿车，于是问旁边的警卫：“先生，车库里那部轿车好漂亮啊！请问是你们总裁的座驾吗？”

警卫说：“是啊！”

原来总裁并没有外出。得到这样的判断后，原一平决定守在车库的铁门旁。时间一久，他竟然不知不觉地睡着了。睡得正香时，他被一阵铁门的“咣当”声惊醒，当回过神后，那部豪华轿车已载着总裁扬长而去。



第二天，他又来到此公司，又重复了昨天的问话，然而秘书还是说总裁不在。

此时，他知道硬闯是不行的，不如“守株待兔”。他静静地站在该公司的大门边，等待这位总裁的出现。1个小时，2个小时，4个小时过去了，尽管有些沮丧，但他相信总会见到这位总裁的。

功夫不负有心人，他终于等到了总裁的豪华轿车。他一手抓着车窗，另一手拿着名片。经过一番简洁而又礼貌的自我介绍后，公司的总裁和他在车内进行了一次简短的谈话，约好了下次见面的日期。最终，原一平取得了订单。

这样的例子在原一平的销售生涯里不胜枚举。原一平说：“我这种永不服输的牛脾气养成了我的缠劲与拼劲，任何时候对准客户的调查不到水落石出，决不罢休。”他曾经连续 71 次拜访一位准客户，直到目标达成。所以，一个成功的销售员在遭遇挫折与失败时，需要永不认输的意志，不轻言放弃，敢于面对自己的失败。也许，这正是原一平这类推销大师的成功所在吧。

还记得我最初从事营销广告时，也多次遭到客户的拒绝。大约 2000 年左右，我们联系当时的广东健力宝集团广告合作业务，但跟踪一年都没有找到相关负责人。一年后终于见到对方，他对我们说：“你们怎么不早跟我联系呢？这正是我们需要的服务！”假设当年我们跟踪一年未果就选择了放弃，那么我们之后与健力宝集团长期稳定的合作就无从谈起了。

销售员在向客户推销产品时，当遇到“这些商品不符合我们的需要”“价格过高”或者“我们现在没有钱买这些”这样的问题时，一个优秀的销售员该怎么做呢？答案是：继续展示自己的产品，努力说服客户，使客户意识到这些商品自己是应该买的。

有一次我在广州天河城四楼一家数码产品专卖店，销售员正在向进店的客户推荐一种商品，说：“您看，这种数码相机的质量很不错，它是 ×× 公司继 6300 型之后推出的一种改进型，无论其清晰度还是耗电量都要大大优于原来的型号。”

客户一边反复观看着那部数码相机，一边答话：“是不错，不过，我还是想考虑考虑再决定。”于是，这位销售员放弃了推销：“感谢您光临本店，



欢迎您下次再来！”

作为销售员，这样的场景和客户每天都会遇到很多，如果每一次都这样轻易放弃，那么成交的概率就会大大降低。其实，一旦客户走进了你的店，或者主动向你询问产品信息，那么这个客户多半都有购买欲望，至少有想要了解产品信息的欲望，那么销售员就一定不要轻易放弃这次机会。

比如案例中的销售员应该继续这样说：“看起来您对 × × 型感兴趣，那么您喜欢这三种款式中的哪一种呢？”客户可能就会开始挑选了：“哦，我不太喜欢这种正方形的，拿在手里感到不太舒服……我想还是流线型的比较适合我吧！”这时销售员可以迎合客户的意思：“我明白您的意思了，让我找一台按键灵敏度高的给您看看。”

在众多款式中找一款符合顾客要求的产品，应该不是一件太难的事。你用周到的服务很可能打动你的潜在客户，促使他购买你的产品。

遇到困难和挫折时，要持之以恒，不要轻言放弃，这是优秀的销售员必备的心理素质。那么，作为销售员，在工作中遇到困难时，应该如何鼓励自己呢？

（1）告诉自己：我最棒

销售工作就是一份充满挑战的工作。不管遇到多少挫折，不管遇到多少反对，不管周围的眼光如何看你，销售员都不要轻易言放弃，要告诉自己：我最棒，我是一名合格的销售员，没有什么可以阻止我迈向成功的脚步。



实战训练

●当你遇到困难时，一定要鼓励自己“下次肯定会成功”，而不是轻言放弃。

●即便遭到客户的拒绝，也依然热情、微笑地对待客户，这也是执著的表现。

●当你对客户、对销售不轻言放弃时，也就是对自己工作、人生的执著。

●对客户保持耐心，坚持到最后一刻，也许你就是赢家。



（2）反省自己，保持平和的心态

面对拒绝时，销售员要保持心态平和，认真反思一下自己是哪个环节做得不够好，看是对客户信息了解得不够清楚，还是自己的语言技巧需要提高。对于销售员来说，挫折和失败是家常便饭。优秀的销售员遭受挫折后，能够很快地调整情绪，不断地积累经验，继续努力向前。

（3）不钻牛角尖，换个角度思考

失败不是注定的，有时候只需要销售员稍微调整一下思考问题的方法，换一个角度，再往前迈一步，成功也许就会向你走来。

2. 拒绝是客户的习惯，要对自己有信心

销售代表训练之父耶鲁马·雷达曼说：“销售就是从被拒绝开始的！”

世界首席销售代表齐藤竹之助也说：“销售实际上就是初次遭到客户拒绝后的忍耐与坚持。”

杰克里布斯曾说：“任何理论在被世人认同之前，都必须做好心理准备，那就是一定会被拒绝二十次，如果您想成功，就必须努力去寻找第二十个会认同您的识货者。”

每个销售大师都告诉我们一个事实，那就是遭遇客户的拒绝不是一种特例，它是一种习惯，甚至是一种必然。面对拒绝，我们不必觉得委屈和不甘，平静地接受才是明智之举。

客户的拒绝对于销售员来讲只不过是家常便饭，我们在向客户推销产品，尤其是向陌生的客户直销产品时，经常会遭到无情的拒绝。如果站在客户的角度考虑，我们也能够理解他们拒绝的原因。试想，如果一个陌生人突然拜访你，要你掏腰包购买他推荐的产品，你的第一反应肯定也是拒绝吧。

面对拒绝，不同的销售员会有不同的反应，有些销售员会因为接二连三的拒绝丧失斗志，甚至离开销售行业。优秀的销售员一定不会因为客户的拒



绝而影响工作和心情，因为他们懂得，客户的拒绝在很多情况下并不是真正的拒绝，他们的拒绝只是一种习惯。也就是说，客户的拒绝并不意味着他全盘否定了你和你的产品。

身为销售员的你，知道客户拒绝你的原因吗？如果不知道的话，来看看下面专家的问卷调查吧。

对于销售员遭遇客户拒绝的问题，曾经有人专门做了问卷调查，他们列举了各种拒绝的理由，如有充分理由拒绝；没有充分理由，随便找个理由拒绝；把事情为难作为理由拒绝；没有理由，拒绝是出于条件反射。问卷调查的结果显示，选择“有充分理由拒绝”的只占总人数的18%，多达69%的人都选择了后边的其中一项。这个调查结果说明：有很多人都是在下意识地拒绝销售员，而拒绝的原因，往往他们自己也说不清楚。所以，对于客户的拒绝，我们不必过于在意，而是要有热情和自信，化拒绝为接受。

既然客户的拒绝只是一种习惯，那么我们又何必因为他们只要微微张口便说出的那个“不”字难过呢？有些销售员因为不想遭到客户的拒绝而怯于与之交流。其实这些担心都是没有必要的。假若我们拜访十个客户，遭到了十次拒绝，这一点都不奇怪。如果你拜访十个客户，竟然顺利完成十笔交易，那倒是闻所未闻，见所未见了。因此，销售员在面对客户拒绝时，应该调整自己的心态，变被动为主动。

（1）有点阿Q精神

笔者认为，客户在没有了解和认同价值之前，不购买完全是正常的。那么我们应该以什么样的心态来面对被拒绝呢？

销售员要有点阿Q精神，这种精神并非消极，它会让你面对挫折越战越勇。销售员应把拒绝看成路标，一路上数着被拒绝的次数，次数越多，心里就越兴奋，告诉自己达到二十次拒绝时就会有一个认同者了。这就是所谓的阿Q精神。

（2）习惯被客户拒绝

对于客户的拒绝，销售员必须积极对待，并要逐渐习惯这种拒绝，在心里鼓励自己说：“被拒绝的次数越多越意味着将有更大的成功在等着我。”



所以就必须正面看待客户说出的异议。毕竟遭到客户的拒绝是销售员的家常便饭，销售员要有种“铁杵磨成针”的精神。可以再想想，如果客户对你的介绍不闻不问，甚至只是在左顾右看，那你恐怕会更加尴尬，所以从这个角度上来讲，客户提出的异议越多，你销售成功的机会也就越大。

除了拥有好心态之外，销售员在面对客户拒绝时，还要分析拒绝的原因，找到推销的突破口，这样才有机会成交。

①客观性的拒绝

埃里希·诺伯特说过，不要害怕客户任何形式的拒绝，只要你抓住一个关键点：弄清客户拒绝购买的真正原因，一切问题就会迎刃而解。

销售员虽然对客户提出的理由感到为难，但有时候又觉得客户提出的理由是有一定客观性，这时候销售员要提醒自己：面前的客户是很理智的，对产品有相当程度的了解，不能企图蒙混过关。面对客户证据充分的拒绝理由，销售员必须实事求是地承认客户的意见，不过不要因此而丧失自信，而应该设法将客户的注意力转移到产品的其他优势上，同时要对客户提出的意见表示感谢。如：“看来您是一位非常细心的人，对于您提出的意见我们一定会予以充分重视。不过，您是否注意到，在另一方面……”

但是销售员要记住在这种情况下，一定要把话说得委婉动听，让客户感到你对他们充分的尊重，是怀着对他们负责的心态来推销产品的。

②主观性的拒绝

与那些足够理智和冷静的客户相比，有些客户表现得相当主观，从他们的拒绝理由中就可以了解一二：

“我听朋友说过，他去年购买的这种产品非常不好用。”

“我很讨厌这种传统的造型，它看上去很不美观。”

“我知道，你们这类产品都是金玉其外败絮其中的，我可不会轻易上当。”

客户这些主观色彩十分浓厚的拒绝理由虽然明显不够理智，也没有真正触及产品本身，可是这并不代表这些客户容易被说服。实际上，主观性强的客户所提出的拒绝理由常常源于他们的心情，这就需要销售员掌握更灵活的处理方式了。销售员可以采取以下方式。



实战训练

●对客户的主观意见不做实质性回应，等客户发泄完了，再用自己的真诚和热情引导客户进入愉快的沟通氛围当中。

●用一种比较幽默的方式回应客户的牢骚，不要企图纠正或者反驳客户的观点。

当你表现得足够宽容时，客户也许就不会再抱着自己的成见与你斤斤计较了。

总之，销售员要把拒绝当作销售工作的开始，而不是销售工作的结束。拒绝，会让销售员更坚强地成长，也会让成交的机会再次降临！

3. 不卑不亢，才能赢得尊重

乔治·盛顿曾经说过：“除了我们自己以外，没有人能贬低我们。”一个人要想赢得别人的尊重，为人处世就要有一种不卑不亢的心态。销售员也一样，在面对客户时，一定要做到既不自卑菲薄、唯唯诺诺，也要勇于克服自己趾高气扬、目中无人的高傲神态。如果不懂得这些基本的处世法则，销售工作很难获得大的成功。

在销售领域里，存在一种“顾客就是上帝”、“客户就是一切”的理念，而销售员会因为对理念认识的偏差造成在销售过程中失衡的表现。在“上帝”的面前，许多人会虔诚、服从，而销售员的职业自卑也容易因此产生。如果销售员把客户的拒绝看成是对其能力、形象的不接受，把自己看作“上帝”不喜欢的人，为了使“上帝”满意，有时候把公司利益抛开，一味地对客户做出让步，甚至草率地做决定。这些都是销售员自卑心理的体现，没有勇气面对客户的拒绝。