

精通销售技巧·突破订单瓶颈



销售技巧

XIAOSHOU JIQIAO
TISHENG XUNLIAN QUANSHU

提升

丁兆领◎编著

训练全书

销售指南，一线销售人员培训教程▶

眼前一亮；独特的销售技巧，
激发客户的购买欲望；纯熟的销售技巧，令客户爽快签单。

中国纺织出版社



销售技巧

提升训练全书

XIAOSHOU JIQIAO

TISHENG XUNLIAN QUANSHU

丁兆领◎编著

内 容 提 要

销售员要想提升销售业绩,获得源源不断的订单,不仅靠一张能说会道的嘴,更重要的是具备百试不爽的销售绝招,面对不同客户,在不同的情境下使用不同的销售技巧,都能实现快速成交。

本书结合销售过程中的典型问题,针对不同场景、不同对象,为读者打造出实战应用性强的提升销售技巧的宝典。书中以通俗的语言,配以翔实的案例,从开发客户、挖掘需求、有效沟通、提升礼仪、产品介绍、产品劝购、消除异议、快速成交、售后服务等多个方面为您呈现每一个销售环节的销售技巧,令您有目的地逐步提高自己的技能,从而成为杰出的销售人员。

图书在版编目(CIP)数据

销售技巧提升训练全书/丁兆领编著. —北京:中国纺织出版社,2011.5

ISBN 978-7-5064-7310-1

I. ①销… II. ①丁… III. ①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第030218号

策划编辑:曲小月 责任编辑:魏 萌 责任印制:周 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

尚艺印装有限公司印刷 各地新华书店经销

2011年5月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:17

字数:184千字 定价:29.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



前言

一个出色的销售员,首先要有一个明确的销售理念,要知道自己销售的是什么,为什么而销售。你不去了解销售,自然很难让销售“理你”,也就很难将东西推销出去。

一个出色的销售员,要有足够的自信,要把自己放到最优秀的销售员的高度,用最诚恳的态度向顾客介绍最适合他的产品。

一个出色的销售员,可以没有口若悬河的本领,却要有打动人的真诚,可以没有漂亮俊俏的外表,却要有良好的形象和礼仪。

当然,一个出色的销售员,除了具备专业的基本素质外,更重要的是要掌握足够的销售技巧。

一个出色的销售员,不是要把产品夸得天花乱坠,而是要精准地找到客户需求。

一个出色的销售员,不是要死皮赖脸地缠着客户,而是要能够和客户进行有效沟通。

一个出色的销售员,能够把产品完美地展示给顾客,既让顾客了解产品的优点,对于产品使用的不便之处也要有所交代,因为销售,不需要欺骗。

一个出色的销售员,不仅能够把产品卖出去,更要懂得良好的售后服务的重要性。

做一个出色的销售员,需要懂得和学习的东西很多。在这本书里,我们

从各个方面详细介绍了销售的技巧,并且结合实例对难点问题进行特殊说明和相关训练。通过阅读本书,你可以查缺补漏,了解自己的优缺点,进而更好地进行销售工作,更快地成功。

编著者
2010年9月



第1章 明白销售关键点,业绩倍增不再难 1

做销售的关键是取得客户的信任 3

把握销售主动权,让客户接受你的意见 4

运用 250 定律帮你获得更多的客户 5

制订高目标,使你的业绩迅速成长 6

站在客户的角度,用真诚达成销售 6

抓住客户心,让他记住你的产品 7

站得越高,越能抢占销售先机 8

想得到生意就先关照好客户 9

第2章 你不“理”解销售,销售成交不会“理”你 11

把销售当成一项宏伟的事业 13

销售人员是客户的私人顾问 13

让客户成为你真挚的朋友 14

先把自己成功地销售给客户 14

在销售中充分体现自我价值 15

别把销售当成“一锤子买卖” 16

销售的真谛在于“双赢” 17

时刻把客户需求放在第一位 17



销售不仅要结果,更要重视过程 18

优秀销售人员都有着坚定的意念 19

第3章 心理激励:最优秀的销售员就是我自己 21

挖掘并肯定自己的优点 23

坚持是销售必守的信念 23

销售没有失败,放弃才是失败 24

战胜怯懦的自己,让销售充满勇气 25

时刻告诉自己,自己是最棒的销售人员 25

理解销售是“高拒绝”工作 26

不要受客户拒绝的打击 27

绝不输给自己的失败者 28

从哪跌倒就从哪爬起来 28

认定目标,勇往直前 29

在销售中寻找无限的快乐 30

第4章 提升形象,推销产品先要推销自己 33

“第一眼”就让你的销售成功 35

你的形象代表着产品的品质 35

得体着装的 TPO 三原则 36

男销售员着装应注意的细节 37

女销售员仪表需注意的几点 39

简单手势塑造礼仪形象 40

销售完美形象之“站姿” 41

销售完美形象之“坐姿” 42

销售完美形象之“走姿” 43

全方位打造自己的完美形象 44

第5章 应用销售礼仪,让客户更加青睐你 47

体现礼仪涵养,取得客户信任 49

言谈礼仪是销售礼仪的重中之重 49

名片的巧用妙用 50

名片礼仪二部曲 51

不可不掌握的电话礼仪 52

握手礼仪要正确 53

销售礼仪中的十大禁忌 55

“微笑礼仪”打消销售尴尬 56

让微笑始终留在客户的心里 57

倾听是对客户的尊重 58

倾听礼仪帮你促成交易 58

礼仪细节决定销售成败 59

第6章 出口成金,销售的业绩要靠口才的力量 63

营销口才为你打开销售成功之门 65

用提问激起客户的好奇心 65

挖掘客户感兴趣的问题 66

争论只会让你失去客户 67

七个“是”让你得到客户 68

适时沉默,会得到更好的效果 69

不要对客户说的三种话 69

用声音增强言辞说服力 70

用自信提升销售口才的力量 71

赞美让你在销售中惊喜 72

赞美客户的几点原则 72



第7章 精准寻找客户群的技巧 75

- 如何寻找有效客户 77
- 从亲友开始定位你的客户 77
- 积累有效客户的渠道 78
- 寻找有效客户的“五步原则” 79
- 开发新客户为销售奠基础 80
- 成功开发新客户的经验法则 80
- 让新客户为你做销售广告 81
- 重视和挖掘老客户的价值 82
- 维护老客户的四个法宝 83
- 维护企业老客户的有效方案 84
- 挑剔的客户是最有效的客户 85
- 让老客户为你介绍有效客户 86
- 深挖资源,你会发现源源不断的新客户 86
- 客户类型及应对原则 87

第8章 快速接近客户的技巧 89

- 让客户满意是亲近客户的第一步 91
- 让客户对产品产生兴趣 91
- 赢得客户的亲身参与 92
- 塑造专业形象,让自己成为专家 92
- 接近客户的三个步骤 93
- 赞美客户的三种方法 94
- 看准接近客户的时机 95
- 选好拜访客户的时间 96
- 掌握轻松接近客户的方法 96
- 选好话题拉近与客户的距离 98
- 接近客户方式之电话约访 99
- 电话约访谨记几个要点 99

电话约访有技巧	100
电话约访中如何处理客户拒绝	102
提高电子邮件销售效果的方法	103
接近客户方式之上门拜访	104
接近客户方式之陌生拜访	105

第9章 与客户有效沟通的技巧 107

用真诚感染你的客户	109
用眼神赢得客户好感	109
用微笑化解客户的陌生感	110
肢体也能向客户传递信息	111
洞察细节,不问即知客户的用意	111
分清客户拒绝是真心还是借口	113
让客户感到被重视	113
让客户多说话	114
学会用心倾听	115
让客户有优越感	116
把握好待客的热度	116
销售中的沟通是耐性的比拼	117
记住客户的名字是沟通的捷径	118
晓之以理,说服客户	120
展现足够利益,吸引客户	121

第10章 将销售目标和计划做到位的技巧 123

销售目标让自己永不停步	125
让目标督促自己不断努力	125
目标的确立是销售成功的关键点	126
做好销售计划,为实现目标铺路	127
利用 SMART 原则制订目标	128



- 多个目标,提升销售自信心 129
- 把销售计划做完备 130
- 按计划工作才能事半功倍 130
- 有高效的行动力,才能达到目标 131
- 目的明确才能一击即中 132
- 实现目标从珍惜时间开始 133
- 销售人员要能高效地管理时间 133

第11章 准而深地挖掘客户的内心需求的技巧 135

- 创造客户需求,就是创造交易 137
- 如何让客户接受你的理念 137
- 必须了解的客户需求三要素 138
- 精准定义客户的需求 139
- 定义客户需求的原则 140
- 定义客户需求五步骤 141
- 把握客户的四大心理需求 142
- 探查不同客户的购买心理 143
- 了解客户需求的类型 144
- 有效挖掘客户需求的四个技巧 145
- 危机提醒——让客户意识到自己的潜在需求 146
- 展望前景——让客户提前体验到满足感 147
- 先试后买——给客户一个加深了解的机会 148
- 循循善诱——给客户一个充分的购买理由 149
- 提问,挖掘客户的真正需求 150
- 常用的挖掘客户需求的提问方式 151

第12章 完美地展示你的产品的技巧 153

- 专精于产品是展示的基础 155
- 自信展示才能感染客户 155

诚信展示,避免不实夸大	156
做好产品展示中的小细节	157
服务专业才能更好地展示产品	158
产品展示的精髓:卖点	159
如何提炼产品卖点	159
让产品的卖点独一无二	160
做优秀的产品介绍,增强展示效果	161
增强产品介绍感染力的小技巧	162
产品价值是展示的主要内容	164
灵活利用产品的特性选择展示方式	165

第13章 最具效用的产品劝购技巧 167

善用“口碑”的力量	169
利用工具可事半功倍	169
不同客户劝法各异	170
利用趋众心理刺激客户	171
真诚地赞美客户的心灵	172
掌控客户心情波动,抓准劝购时机	173
把握主动,积极应对客户	173
聆听客户的心声,博得客户认可	174
教会客户正确使用产品	175
小动作帮客户做决定	176
激将法让客户下决心	177
劝购成交的小妙招	177
察言观色促成成交	178
帮客户打如意算盘	180
劝购的捷径是取得客户的信任	181
摆正心态,万不可急于求成	181
给客户合理考虑的时间	182



- 机智报价诱导购买 183
- 耐心平和地面对客户的挑剔 184
- 多使用促使劝购成功的话语 184

第14章 快速排除异议,解决难题的技巧 187

- 别害怕客户提出的异议 189
- 摸清客户产生异议的原因 189
- 异议反倒是客户购买的信号 190
- 处理客户异议的三条原则 191
- 应对三种类型的客户异议 192
- 化解客户不满的技巧 193
- 与客户争辩不能解决异议 194
- 避免争辩的秘诀 195
- 用何种态度面对客户异议 196
- 处理客户异议的基本方法 196
- 三点须知帮你解决客户异议 197
- “认同”客户,有利于解决异议 199
- 把握处理异议的时机 199
- 常见的六种异议形式及应对技巧 200
- 处理价格异议的三原则 202
- 把客户投诉当做无价财富 203
- 分析客户投诉的心理 203
- 如何应对六种投诉客户类型 204
- 解决客户投诉的几大要点 206
- 正确处理投诉比“对不起”更有用 207

第15章 实现快速成交的技巧 209

- 激发客户购买欲的几个要点 211
- 有目的地引导客户达成交易 212

从客户的拒绝中挖掘商机	213
对客户的预算心中有数	213
对客户要有所保留	214
争取来的利益让客户更满足	215
忽视不必要的异议促成成交	215
如何正确运用“忽视成交”技巧	216
创造一个适合成交的环境	217
巧妙利用反对之声	218
从众心理助成交	218
假设客户已成交	219
如何抓住成交的时机	220
替客户说出疑虑	221
怎样让客户看到利益	221
提出成交要求的前提	222

第16章 催款要账和避免欠款的技巧 225

认清回款的重要性	227
分析欠款产生的原因	228
收款的四大基本原则	229
让客户认识到按时回款的好处	229
不做纯粹的收账人	230
在合同中明确约定回款内容	231
完善服务避免产生欠款	231
收款是销售过程的结束	232
催款时不应该犯的几种错误	232
狠抓客户的心理弱点	233
名正言顺地向客户收款	234
做好催款工作中的细节	235
如何通过法律手段保护自身权益	236



- 规避欠款风险需谨慎 236
- 时刻警惕客户的异常变化 237
- 从源头上杜绝欠款产生 238

第17章 不容小视的售后服务 239

- 在售后服务时培养客户忠诚度 241
- 在售后服务时开发新客户 241
- 在售后服务时打造良好的口碑 242
- 明确理解售后服务的意义 242
- 让售后服务成为再次成交的契机 243
- 完善售后服务得到更多客户资源 244
- 创造与客户的联系机会 244
- 将销售的重点放在成交之后 245
- 如何维护客户关系,增强再销售优势 246
- 做好售后,才是完美的销售 247
- 解决售后服务纠纷的要点 248
- 如何打好再销售的基础 248
- 售后服务影响“客户满意度” 249
- 售后服务需注意的几个要点 250
- 掌握多种售后服务方式 251
- 产品退换是一种另类的销售手段 252
- 售后服务是打破“同质化”的武器 252
- 坚定售后服务的宗旨 253
- 用售后服务赢取源源不断的“回头客” 253

参考文献 255

第1章



明白销售关键点,业绩倍增不再难

作为一个销售人员,想要尽可能多地销售出自己的产品,除了必要的口才、人品外,还一定要知道销售的关键点。这些关键点看似简单,但却是商海中的一盏明灯,在你茫然不知所措时帮你找到正确的方向,助你顺利驶向成交的港湾。

