

推开销售之门

OPEN THE
DOOR
OF SALES

销售之门

张艳凯

主编



推开销售之门，探寻销售密码

销售高手，带着智慧出发的时候，也带上了快乐，

因为有了快乐就已经成功了一半。

在这里，以可复制的实战性、可感触的真实性，

教给销售员如何以“狼性”品质在“虎口”夺单，把销售进行到底。

红旗出版社

在开

OPEN THE DOOR OF SALES

销售之门

张艳凯

主编

红旗出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

推开销售之门/张艳凯主编.

--北京:红旗出版社,2012.1

ISBN 978-7-5051-2142-3

I. ①推… II. ①张… III. ①销售

—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 278368 号

书 名: 推开销售之门
主 编: 张艳凯

出 品 人: 高海浩
总 监 制: 徐永新
责任编辑: 陈 豪

责任校对: 藏杨文
封面设计: 博雅工坊
版式设计: 博雅工坊

出版发行: 红旗出版社

地 址: 北京市沙滩北街 2 号

邮 编: 100727

E - mail: hongqi1608@126.com

欢迎品牌图书项目合作

印 刷: 北京世纪雨田印刷有限公司

编 辑 部: 010—82061212

发 行 部: 010—64024637

项目电话: 010—84026619

开 本: 787 毫米×1092 毫米

1/16

字 数: 189 千字

印 张: 15.25

版 次: 2012 年 4 月北京第 1 版

2012 年 4 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-5051-2142-3

定 价: 32.00 元

版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换

前言

对于一名销售人员来说，如何推开销售之门是至关重要的。

只有推开了销售之门，才能在销售的天空自由翱翔。然而，推开销售之门，是需要技巧和耐心的。美国的汽车推销大王乔·吉拉德说过：“销售技巧来源于特定的销售场景之中，你的业绩来源于你的销售过程。”

本书能让更多初入销售“战场”的年轻人快速掌握销售的理念和技巧，它从练好销售基本功、了解客户的需求信号、掌握预约客户的诀窍、做好拜访客户前的功课、打好拜访客户的战争、巧妙应对客户的疑问、学会快速拿到订单、电话跟踪签单的技巧八个方面由浅入深地介绍了销售工作中碰到的各项困难及应对技巧。也为初入职场的销售人员提供了一个有效的借鉴，让他们在销售之路上平步青云，快速提升自己的业绩。

总之，它旨在为销售人员解决各类销售中遇到的问题，并为之提供实用的方法和案例，其在内容上具有三大特点：

实用性

书中的每一章节均是销售人员在工作中经常遇到的困惑和难



题，针对这些难题和困惑，书中做了详细的分析和解答。

可操作

全书摒弃了枯燥的销售理论，语言生动幽默，重点介绍如何去销售，如何应对客户提出的难题，能够让你在轻松的阅读中找到打开销售之门的“钥匙”。

立意新

它重点针对的是那些刚刚步入销售行业的销售人员，也许他们正在为业绩而苦恼，也许他们正在因客户拒绝而迷茫，而这本书正是为他们指引方向的一盏明灯。

我们真诚地希望每一位读过本书的读者都能够有所收获，都能够提高自己的销售业绩。我们也相信，当你读完这本书后会惊奇地发现：原来销售是如此简单！

目 录

第一章 知己：练好销售的基本功 / 1

1. 勤奋是销售的基础 / 3
2. 销售必备的知识技巧 / 8
3. 销售的 PDCA 步骤 / 14
4. 倾听比倾诉更重要 / 19
5. 正确看待竞争对手 / 24

第二章 知彼：了解客户的需求信号 / 31

1. 懂得以客户为导向 / 33
2. 客户的动机与差异 / 38
3. 明确了解客户需求 / 44
4. 设法取得客户信任 / 48
5. 帮助客户购买商品 / 54

第三章 约见：掌握预约客户的诀窍 / 59

1. 学会寻找共同话题 / 61
2. 快速达成思想共识 / 66
3. 最大限度接近客户 / 71

4. 约见普通客户技巧 / 76

5. 约见高端客户技巧 / 82

第四章 备战：做好拜访客户前的功课 / 89

1. 做好拜访前的准备 / 91

2. 如何掌握客户信息 / 96

3. 成为产品应用专家 / 102

4. 划分你的目标客户 / 107

5. 准备工作要有限度 / 111

第五章 行动：打好拜访客户的战争 / 117

1. 准确把握客户心理 / 119

2. 了解客户实际需求 / 124

3. 刺激客户购买欲望 / 127

4. 消除客户内心顾虑 / 132

5. 注意拜访中的细节 / 137

第六章 现场：巧妙应对客户的疑问 / 145

1. 打消客户后顾之忧 / 147

2. 告诉客户“价格不高” / 152

3. 解决销售常见难题 / 158

4. 正确处理客户投诉 / 163

5. 驱散客户心中疑虑 / 169

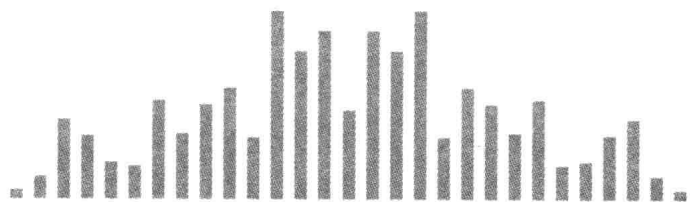
第七章 促交：学会快速拿到订单 / 175

1. 签单前的临门一脚 / 177

2. 迅速抓住客户的心 / 182
3. 从容应对客户拒绝 / 187
4. 善于把握成交时机 / 192
5. 迅速签订交易订单 / 198

第八章 跟单：电话追踪签单的技巧 / 205

1. 如何接听客户电话 / 207
2. 妥善处理客户异议 / 212
3. 学会应对各类客户 / 218
4. 设法叩开客户心扉 / 224
5. 掌握电话签单技巧 / 228



第一章 知己:练好销售的基本功



1. 勤奋是销售的基础

世界上没有真正的天才，所谓的天才就是99%的汗水+1%的灵感。

——爱迪生

销售的成功就是99%勤奋+1%的运气。

——乔·吉拉德

从这两句话可以看出：任何成功都是需要付出代价的。

做为一个成功的销售人员，也是需要付出很大代价的。但销售又与其他工作有所不同，它讲究“天时，地利，人和”。销售过程中有太多影响因素，不是销售人员能够完全把握的。所以，从某种意义上说，销售有时是需要好运气的，然而如果把运气看得太重就大错特错了。一位优秀的销售人员最需要的不是运气，而是勤奋的精神。

任何工作想做好都需要勤奋，而销售则尤为甚之。每一个成功的销售人员都可以给你讲出一连串的成功或者失败的故事，而不



管成功与失败，每一个故事的背后都有一份辛勤，甚至是辛酸。在每天夜幕落下，人们在家里享受一天工作之后的闲暇时，写字楼里通明的灯火之下仍然辛苦工作的往往是那些销售人员。

需要注意的是，这里所说的“勤奋”并不是漫无目的的拼命开发客户，拼命打电话，拼命谈单子，而是要用“巧劲”，它更重要的是指一种方法。那么，如何才能做到“勤奋”二字呢？

(1) 勤学习

不但要学习自己所销售产品的知识，还要学习本行业的知识和相关同类产品的知识，力求做到“知己知彼”。这样，才能以一个“专业”销售人员的姿态出现在客户面前，才能更有效地打动客户，赢得他们的信赖。

(2) 勤练习

生活中，销售无处不在。在日常生活中，试着将身边的每个同事、朋友、亲人都当做客户，用来进行销售训练，以锻炼自己的销售技巧和能力。日子久了，熟能生巧，以后不管面对什么样的客户你就都能应对自如了。

(3) 勤拜访

要时常拜访客户，具备吃苦耐劳的精神。一个好的销售人员，应该是一个“铜头、铁嘴、橡皮肚子、飞毛腿”的人。铜头——不怕碰壁；铁嘴——敢说会说；橡皮肚子——学会包容；飞毛腿——行动迅速。

(4) 勤动脑

销售工作中常存在一些假象，比如，有的客户性格非常爽快，

让你心情愉快地离开，但他就是不给你签单；有的客户表面对你很苛刻，但他心中对你的产品已经有所动心了，可你却全然不知。这种情况你就需要动脑寻找问题出现的根源，然后有步骤地制订解决方案。

（5）勤沟通

俗话说：“当局者迷，旁观者清。”在与公司领导和同事沟通销售问题时，你所遇到的困难别人可能也曾遇到过并找到了有效的解决方法，你可以在沟通中快速地学到解决问题的办法，让自己的销售技能快速地成长。

（6）勤总结

只有不断地总结，才能不断地提高。在销售中，无论是成功还是失败，其经验和教训都值得你去总结，成功的经验可以移植，失败的教训不会让你重蹈覆辙。在工作之余，对自己的工作勤于总结，你会更快地发现自己的不足并迅速改正。

“勤奋”是做好销售的第一步，任何一个优秀的销售员，都必定具备勤奋和执著的精神。

此外，拥有勤奋的精神还能让你得到更多常人所想象不到的东西。

有一个人经常出差，他经常买不到对号入坐的车票。可是无论长途还是短途，无论车上多挤，他总能找到座位。这是为什么呢？

他的办法其实很简单，就是耐心地一节车厢一节车厢地寻找。这个办法听上去似乎并不高明，但却很管用。每次，他都

做好了从第一节车厢走到最后一节车厢的准备，可是每次他都用不着走到最后就会发现空位。

他说，这是因为像他这样锲而不舍找座位的乘客实在不多。经常是在他落座的车厢里尚余若干座位，而在其他车厢的过道和车厢接头处，居然人满为患。他说，大多数乘客轻易就被一两节车厢拥挤的表面现象迷惑了，不太细想在数十次停靠之中，从火车十几个车门上上下下的流动中蕴藏着不少提供座位的机遇；即使想到了，他们也没有那一份寻找的耐心。眼前的一方小小立足之地很容易让大多数人满足，为了一两个座位背负着行囊挤来挤去有些人也觉得不值。而且，他们还担心万一找不到座位，回头连个好好站着的地方也没有了。

华罗庚教授曾经说过：“勤能补拙是良训，一分辛劳一分才。”不聪明没关系，只要能够勤奋学习，每天进步一点点，早晚有一天，你会成为飞过大海横过大洋的海鸥。而那些懒惰的销售人员，他们在销售的工作中，只能有一个起点，却没有一个成功的终点，他们的成功永远只能滞留在没有成功的起点上，他们也像那些不愿主动找座位的乘客一样，只能在上车时最初的落脚之处一直站到下车。

如果你能够像故事中那位找座位的人一样勤奋、一样有耐心，那么，你也一定能够找到属于自己的那个“座位”。

在这个世界上，没有人只依靠天分就能取得成功，只有通过勤劳的努力，才能将天分变成能力。任何一家企业，即便是业绩再好的天才或金牌营销人员，如果他不勤奋，那么，他的业绩一定不会优异。

“经营之神”王永庆一生勤奋劳作，7岁时就帮助母亲捡柴挑水，虽只有小学三年级的文化，但是穷人家的孩子早当家。1931年，15岁的王永庆便外出在一家米店打工，16岁便说服父亲筹集200元钱开起了米店，靠一斤米赚一分钱来维持店面的生意，他一生中养成的勤奋的良好习惯就是从他开米店时开始的。著名的“瘦鹅理论”，就是王永庆时常提及的人生奋斗理念，说的是学习瘦鹅忍饥挨饿，用刻苦耐劳的精神面对困境，并以坚毅的态度等待机会的到来。后来，王永庆开碾米厂，办砖厂、木材加工厂，后因砍伐森林被迫逃流日本。上世纪50年代美国援助台湾发展工业，陈诚邀请王永庆回台湾建石化工业基本原料聚氯乙烯。时年38岁的王永庆大胆接手了当时这一无人看好的项目，成立了台湾塑胶工业股份有限公司。之后，在塑胶领域大获成功的王永庆先后成立了南亚塑胶工厂、台湾化学纤维工业公司等一大批企业，从而成就了一代塑胶大王。

另一个靠经营塑胶起家的全球华人首富，被商界称之为“超人”的李嘉诚也是靠勤奋创造了令人刮目相看的商界奇迹，他的一生中也极具传奇色彩。

30岁那年，在无人担保的情况下，李嘉诚获得了欧洲大客户的全额订金。1979年，他仅用了6.93亿就成功控制了市价62亿港元的巨型集团和记黄埔。1980年，他就被委任为汇丰银行董事，成为继包玉刚之后的第二位华人汇丰银行董事。

对于成功，李嘉诚自己是这样说的：“在20岁前，事业上的成果百分之百靠双手勤劳换来；20~30岁之间，事业已有

些小基础，这10年的成功，10%靠运气好，90%仍是由勤奋得来；之后，机会的比例也渐渐提高；到现在，运气已差不多要占3~4成了。”

1986年，李嘉诚又详细地阐述了他对成功的看法：“对于一人的成功，大多数中国人多会自谦说那是幸运，绝少有人说那是由勤奋及有计划地工作得来。我觉得成功有三个阶段：第一个阶段完全是靠勤奋工作，不断奋力而得的成果；第二阶段，虽然有少许幸运存在，但也不会很多；现在，当然也要靠运气，但如果没有勤奋的精神，运气来了也会跑去的。”

因此，不管你是奔波于钢筋水泥之间的创业者，还是穿梭于大街小巷之中的销售员，你如若想要在自己所从事的工作中有所突破，做出成绩，勤奋的精神和执著的态度将会是你非常优秀的“伙伴”。

许多机会和机遇都隐藏在勤奋之中，关键是当机会来临的时候，你是把它看成是命运的安排还是迷茫的等待；你是会让机会从自己的身边溜走，还是会用自己勤奋的工作，牢牢把它抓在手中。如果是后者，那你就离成功不远了。

2. 销售必备的知识技巧

想要成为一名优秀的销售人员，要学会各种各样的知识和技巧。只有掌握大量的销售知识和技巧，才能够打动客户，增强他们的购买欲望。

现代社会中，随着经济的快速发展，人们的需求也越来越多，

越来越难以满足，这对销售人员的要求自然也就越来越高了，销售人员就需要不断地去学习，去提高自己，来满足客户日益多样化的需求。销售人员面临的问题主要有以下三个方面：

首先，现代市场上销售的各类产品之间的差异化空间越来越少，很难找到“独领风骚”的产品。这也大大增加了创新的难度。

其次，由于现代企业的利润在逐年下降，销售人员在销售过程中已经没有太大的折扣空间了，这让销售工作变得越来越难。

最后，单从客户角度来看，在多如牛毛的产品面前，他们选择的机会也越来越多，客户选择机会的多样化从侧面增加了销售人员销售的难度。

正是因为上述的三个问题，销售人员在销售中遇到的挑战也日益增加。一个好的销售人员，最为重要的就是要清楚地找到自己的销售对象。

一般情况下，客户在购买产品的时候，他们越是职位低、层次低的人，就越可能喜欢购买“经济型”、“便宜型”的产品，他们往往通过价格来决定自己是否购买。而那些职位高、层次高的客户，更多的喜欢购买“观念型”的产品，他们主要考虑的是产品的内在价值。

面对不同类型的客户，销售人员需要采取不同的销售方式。因此，做为一个优秀的销售人员，有些基本的技巧和方法是必须掌握的。

（1）销售自己的技巧

想要成为一名优秀的销售人员，最基本的技巧就是要学会销售自己。只有将你自己销售出去，让客户认同你，才能有效地开展下一步的工作。销售自己，也是有技巧的，古今中外许多善于推