

销售夺冠
秘籍

唯一一本全方位诠释“销售细节”的通关宝典
令人叹服、追求极致的销售秘籍

魔鬼必杀 销售细节

金牌销售必懂的101个销售细节

杨宗勇◎著

帮你解开销售中的层层密码，直击火爆业绩！
打造销售中的“常胜将军”必读书

中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

销售夺冠
秘籍

唯一一本全方位诠释“销售细节”的通关宝典
令人叹服、追求极致的销售秘籍

魔鬼必杀 销售细节

金牌销售必懂的101个销售细节

帮你解开销售中的层层密码，直击火爆业绩！
打造销售中的“常胜将军”必读书



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

魔鬼必杀销售细节：金牌销售必懂的 101 个销售细节/杨宗勇著.

北京：中国经济出版社，2013.6

(疯狂销售夺冠秘籍；4)

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0185 - 6

I. ①魔… II. ①杨… III. ①销售学 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 036053 号

责任编辑 金 珠

责任审读 霍宏涛

责任印制 张江虹

封面设计 久品轩

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京市昌平区新兴胶印厂

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 15.75

字 数 240 千字

版 次 2013 年 6 月第 1 版

印 次 2013 年 6 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0185 - 6/F · 9236

定 价 39.80 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题，请与本社发行中心联系调换(联系电话:010-68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话:010-68359418 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话:12390)

服务热线:010-68344225 88386794

战胜细节，开创新业绩！

伟大的推销员乔·吉拉德说：“销售成功的机会无处不在、无时不有，遍布于每一个细节之中。”销售活动不管成败与否都是一个完整的过程，它由许多细节组成。从这个意义上讲，做销售就是“做细节”。

在今天，销售的竞争已白热化，产品五花八门，可以说同类产品的竞争尤其残酷。所有的销售人员都明白，营销中大的战略和方向的制定是相对稳定的，而且改进余地已不多，那么销售的成败就取决细节。只有注重细节，用细节打动客户才能获得销售的成功。所以我们可以毫不夸张地说，细节已成为决定销售成败的最关键因素。

在销售过程中，销售员会遇到各式各样的顾客，每个顾客都有自己的需求，挖掘这些需求，就需要销售员在与顾客沟通的过程中多多注意一些小细节。大家应该知道，除了产品的因素外，销售细节也是影响销售成功率的因素之一。

做销售，其实就是在做一些细节工作，包括你的言行举止、行为和理念，甚至还包括你的穿衣和打扮。所以要做好销售，实际上就是要做好细节工作，我们甚至可以这样讲，没有细节就没有销售，没有销售也就没有细节。细节是什么？细节就是小事，细节推销就是把一件件小事做好，细节决定成败，细节决定销售，执行在于细节，推销在于细节。

商场的争斗是残酷的，细节疏忽的后果有时是可怕的。

魔鬼必杀销售细节：金牌销售必懂的101个销售细节

有一个推销员在推销豆浆机时，干脆利落地把牛奶、黄瓜、胡萝卜、黄豆、绿豆、冰糖等物料整齐地摆成一排，一边演示，一边做着各种果汁、蔬菜汁。在卖场吸引了不少消费者观赏，每一天都能销售上百台。那推销员也每天忙得不易乐乎！可一个月后，推销员的豆浆机一台也卖不出去了。原来是推销员每天忙，有时忘记把隔夜的牛奶倒掉，有时又忘记把过期的蔬菜及时处理，导致演示一段时间后，演示后白色的豆浆机内壁发霉，夏天天热产生一股怪味。

推销员没有及时清理残留的牛奶、蔬菜，导致豆浆机产生异味。就是这样一个没有注意卫生细节的问题，导致了推销失败。

很多小事，你能做，别人也能做，只是做出来的效果不一样。这往往就是要在一些细节上下工夫，细节决定着完成的质量。将小事做好，努力把小事做细，用小事成就大事，以细节成就完美，销售的一切都在于细节。

最后，我们要感谢对本书的出版提供很大帮助的于富荣、金珠老师，以及对本书的写作付出了努力的林志贤、胡善林、刘红梅、于凤莲、王勇强、曹烈英、于国锋、于富荣、鹿萌、刘子嫣、韩珊珊、南美玉、安雷、杜敏娟、刘蕊、姚瑶、张璟、白娟娟、赵震雯、许海升、贾刚、夏凡、高丽云、张秀梅、于富强、王春霞，另外田鹏真、潘建亦为本书的出版也作出卓越贡献，在此也对他们表示感谢！

杨宗勇

2013年4月

CONTENTS 目录

第一章 让自己看起来像个销售员——形象细节

- 001 >> 1. 第一印象就是自己的名片
- 004 >> 2. 得体的着装是销售员的必修课
- 007 >> 3. 加强自身修养，注重仪表形态
- 010 >> 4. 提升自己的亲和力
- 013 >> 5. 修炼销售人员的独有气质
- 017 >> 6. 带着微笑去销售
- 020 >> 7. 肢体语言，不可忽视的形象细节

第二章 了解客户是销售的前提——客户需求细节

- 025 >> 1. 成功销售，从了解客户需求开始
- 030 >> 2. 善于倾听才能更多了解客户
- 033 >> 3. 切中客户的兴趣需求
- 036 >> 4. 摸清客户的真实心理
- 038 >> 5. 准确判断客户的购买动机
- 042 >> 6. 挖掘客户的潜在需求

第三章 决定销售成败的关键——客户拜访细节

- 047 >> 1. 初次拜访的礼仪与技巧
- 051 >> 2. 做好充足的拜访准备
- 054 >> 3. “开场白”： 关键的 30 秒
- 058 >> 4. 选择最佳的拜访时间
- 061 >> 5. 巧妙运用名片
- 063 >> 6. 熟记客户的名字
- 066 >> 7. 找到能够左右成交的决策者
- 069 >> 8. 掌握适时告辞的技巧

第四章 销售是说服的艺术——销售话术细节

- 073 >> 1. 完美的 30 秒自我介绍话术
- 076 >> 2. 有效赞美客户的说服技巧
- 080 >> 3. 幽默， 说服客户的奇招
- 083 >> 4. 巧提问题说服客户
- 085 >> 5. 激起客户的好奇心
- 087 >> 6. 巧用激将法说服客户
- 090 >> 7. 沉默更有说服力
- 093 >> 8. 消除客户异议的攻心说服术

第五章 每个销售员都是谈判专家——销售谈判细节

- 097 >> 1. 不懂谈判， 怎敢做销售
- 100 >> 2. 做好谈判前的准备
- 103 >> 3. 开局， 谈判成功的起点
- 106 >> 4. 营造良好的谈判气氛
- 109 >> 5. 博弈： 谈判中的心理战

- 112 >> 6. 谈判桌上的说话技巧
- 115 >> 7. 销售价格谈判技巧
- 118 >> 8. 巧妙化解谈判 “僵局”

第六章 让客户没有任何借口——化解借口细节

- 123 >> 1. 应对借口：把拒绝变成销售机会
- 127 >> 2. 给客户一个购买的理由
- 130 >> 3. 用真诚去感染和化解客户借口
- 133 >> 4. 应对客户拖延购买的借口
- 136 >> 5. 客户的常见借口及化解技巧

第七章 异议之中藏商机——处理异议细节

- 141 >> 1. 销售是从被客户拒绝开始的
- 144 >> 2. 客户的异议并不是刁难
- 147 >> 3. 学会化解客户的负面情绪
- 151 >> 4. 掌握时机应对客户的异议
- 153 >> 5. 消除客户价格异议的技巧
- 157 >> 6. 巧妙应对客户的不同反应
- 160 >> 7. 辨别客户异议的真假
- 163 >> 8. 否认客户异议应把握分寸

第八章 销售成交的 “临门一脚” ——促成销售细节

- 167 >> 1. 准确识别客户的 “成交信号”
- 171 >> 2. 善于创造客户需求
- 174 >> 3. 引导客户做出成交决定
- 178 >> 4. 把握好成交的最佳时机

魔鬼必杀销售细节：金牌销售必懂的101个销售细节

181 >> 5. 销售员必知的常用成交法

187 >> 6. 保留一定的成交余地

第九章 万金一线牵——电话销售细节

191 >> 1. 电话销售从会打电话开始

195 >> 2. 掌握接听电话的礼仪与技巧

199 >> 3. 电话接通后的 20 秒至关重要

202 >> 4. 巧妙越过接线人，顺利找到决策人

204 >> 5. 善用电话跟进

208 >> 6. 提高声音感染力，用声音吸引客户

211 >> 7. 巧妙处理客户的电话投诉

216 >> 8. 电话预约客户的技巧

第十章 成交，不是销售的终点——售后回款及关系维护细节

219 >> 1. 销售重要，回款更重要

222 >> 2. 追欠款有绝招，讨债有技巧

226 >> 3. 真正的销售从售后服务开始

229 >> 4. 维护好老客户的必要技巧

232 >> 5. 售后服务就是让客户满意

236 >> 6. 第一时间处理客户投诉

239 >> 7. 以感情投资提升客户服务

第一章

让自己看起来像个销售员

——形象细节

☆ 形象细节

销售员的形象是销售工作中的第一块敲门砖。作为一个顾客，了解产品是从销售员开始的，销售员的形象，就是产品的外在反映，就好比是所销售商品的外包装。因此，销售员要以专业、规范、标准的仪容仪表给顾客留下一个良好的印象，要注意自己的每一个形象细节。

1. 第一印象就是自己的名片

☆ 细节放大镜

在心理学中，有一种心理效应叫做“首因效应”，意思是说人与人第一次交往中给人留下的印象在对方的头脑中形成并占据着主导地位的一种反应，也就是我们常说的“第一印象”。

魔鬼必杀销售细节：金牌销售必懂的101个销售细节

能否给客户留下良好的“第一印象”，有时候在很大的程度上影响着客户是否会接受并购买你的产品。对于销售人员来说，个人的形象是十分重要的，要想推销产品必须先推销自己，只有先把自己成功地推销给客户，客户才会考虑你的产品。因此，销售人员应该记住这样一句话：“形象就是自己的名片。”

实战魔鬼细节

刘鹏是一位刚走上销售工作的新员工，他的工作是销售办公设备，如打印机、复印机等。上班的第一天，主管就交给他一个很重要的任务，让他到一个很难缠的客户那里去推销复印机。因为在此之前已经有三位很有经验的销售人员去过，但都没有成功。主管也想借此考察一下刘鹏的销售潜能。

刘鹏非常紧张，想着自己刚刚入行，没有经验，他来到客户公司，在门口徘徊了半天。最后他还是勇敢地走了进去。一位前台服务员接待了他并引荐给客户。

刘鹏拿出复印机的宣传册，怯生生地说：“你好，这是我们公司刚刚研制的一种新产品，想请贵公司销售。”客户看着面前这位害羞的小伙子，好奇地打量了一眼，正要回绝的时候，手机来电话了，便随口说了声“你稍等”，随即离开了办公室，剩下刘鹏一个人待在那儿。

当这位客户打完电话之后，早已忘了他还曾让一个销售员等他。就这样，刘鹏整整坐了几个小时的冷板凳。快到下班的时候，这位客户才想起等他回话的销售员，看到他竟然还在办公室等。面对这个“老实”又有点生涩的销售员，这位客户觉得他比起经常乱吹一气的销售人员来更令人感到心里踏实，于是当场决定购买他的复印机。

在这之前，这位客户已经打发走了好多位来推销复印机的销售员，但是他为什么偏偏选择和刘鹏签单呢？原因其实很简单，那位客户说：“这

个小伙子敦厚的表现让我放心，我喜欢这个小伙子。”在那几个小时的等待里，让客户看到了刘鹏的谦恭、礼貌、真诚和可爱，赢得了他的信任，并最终谈好了这笔生意。

在销售过程中，销售人员能否给客户留下良好的“第一印象”，是关系到客户的好感和认可的关键。这个案例说明，给客户留下良好的“第一印象”是刘鹏成功的关键。假如你能够被客户喜欢，那么你就已经成功了一半。

心理学家认为，与一个人初次会面，45 秒钟内就能形成第一印象，而且这最初的印象能够在对方的头脑中形成并占据着主导地位。因此，销售人员在初次面见客户的时候，一定要把自己最优秀、最美好的一面展现出来，使自己先得到客户的认可，然后再推销产品。否则，即使你的产品再好，也会把对你的厌恶牵扯到产品上。

魔鬼细节绝招

从人的情感因素来说，良好的第一印象在人际交往中起着越来越重要的作用。因此，在销售过程中，销售人员可以利用这种效应，展示给客户良好的形象，为下一步的销售工作打下良好的基础。

为此，销售人员在与客户初次见面时需要注意以下几点。

（1）讲究礼节，文明礼貌

礼节是一个人内在文化素养及精神面貌的外在表现，讲究礼节的基本原则就是真诚、热情、自信、谦虚。作为一名销售人员，你的一言一行都代表着公司的形象。人人都喜欢与值得信赖、礼节端正的人合作。因此，销售员应围绕礼节这几个基本原则去交往，必然能给客户留下彬彬有礼的良好第一印象。

（2）谈吐文雅，举止规范

销售人员与客户说话时，态度要谦逊有礼，让客户觉得你很有教养，彬彬有礼的人才会受到人们的欢迎。努力避免说话速度太快、吐字不清、语言粗俗等不文雅的谈吐习惯。同时，销售人员的行为举止要规范美观，

魔鬼必杀销售细节：金牌销售必懂的101个销售细节

得体适度，不卑不亢。那种抓耳挠腮、耸肩、吐舌、舔嘴唇、脚不住地抖动、不停地看表、东张西望等不文雅的举止，都会引起客户的反感和不满。

（3）着装得体，干净整洁

销售界有一句流行话：你若想要成为第一流的销售人员，就应该先从仪表修饰做起，先用整洁得体的服饰来装扮自己。

销售人员着装的基本要求是干净整洁，既要符合时尚美感，又要恰当地体现个性的风采。销售人员的着装一定要符合自身的性格、身份、年龄、性别、环境以及风俗习惯，不要赶时髦和佩戴过多的饰物。如果在穿戴方面过于引人注目，效果反而会适得其反。

2. 得体的着装是销售员的必修课

☆ 细节放大镜

一个人着装，相当于商品的标签作用。一个衣着得体的销售人员无疑更容易让客户对你产生好感，因此，在工作过程中注重着装以及如何着装是销售人员必修课。

在销售工作中，一些销售人员如果不注重着装，不但会丢掉订单，还会严重影响公司的品牌和形象。得体的着装会给客户留下很好的第一印象，这就为下一步销售的成功奠定了良好的基础；反之，如果给对方留下很糟糕的第一印象，就会给接下来的销售工作带来不良的后果。

实战魔鬼细节

所谓着装得体，并非要求所有的销售人员都穿着名贵衣物。事实上，华丽的服饰不一定适合所有的人、所有的场合，而且也不见得会得到客户

的认同。作为一名专业的销售人员，必须根据本行业的特点选择合适的衣着，只要做到朴素、整洁、大方、自然即可。

在选择服饰时，销售人员应该注意一点，那就是不论任何一种服饰，都必须是整洁、明快的，而且服饰的搭配必须和谐，千万不要为了追求新奇而把自己打扮得不伦不类。

案例 1:

赵国新是国内一家皮具企业的销售部经理。有一次他要会见国外同行企业的董事长，为了给对方留下精明强干、时尚新潮的好印象，赵国新上身穿了一件T恤衫，下身穿了一条牛仔裤，脚上穿了一双旅游鞋。因为这一身打扮，经过多方努力争取来的沟通没有成功。

身为企业销售部经理的赵国新要面对的客户是董事长，在这种高级别的客户沟通场合穿T恤和牛仔裤是很不合适的，因为这显得对对方不尊重。因此对方因赵国新穿着随便，觉得自己没有受到尊重而放弃了合作，确实可惜。所以在正式场合要穿西装，制服、套装、套裙、工作服等正式服装。庄重、保守，传统是公务场合对服装款式的基本要求。赵国新所穿的T恤和牛仔裤也只适合休闲场合，而不适合公务场合。

案例 2:

孙小姐在一家国内外贸公司担任销售代表。有一次，老板派她代表公司前往广州参加一个大型的外贸商品洽谈会。为了给外商留下良好印象，孙小姐在洽谈会上特地穿上了一件粉色的上衣和一条蓝色的裙裤。然而，正是她这身新潮的打扮，使不少外商对她敬而远之，甚至连跟她正面接触一下都很不情愿。

一般来说，国外商界人士的着装，一向讲究男女有别。崇尚传统的商界人士一直坚持认为：在正式场合穿裤装的女性，大都是不务正业之徒。换言之，销售人员在正式场合的着装，唯独以裙装为佳，各种裤装都是不宜选择的。

魔鬼细节绝招

因此，作为一名销售人员，应注重着装，要将衣着的得体当作事业成功的基本素养。销售人员的着装应该与具体的条件相适应，与客户会面的时间、地点以及目的保持协调一致。得体着装的原则主要包括以下几点。

（1）穿着规范

服装要保持清洁，并熨烫平整，穿起来就能给人以庄重大方的感觉。整洁并不完全为了自己，更是尊重他人的需要，因此这是给客户留下良好印象的第一要素。

（2）符合身份

着装要符合自身的身份、年龄。在商务场合，如果忽略自己的社会角色而着装不当，很容易造成客户对你的错误判断，甚至会引来误解。

（3）修饰体型

每个人的高矮胖瘦各不相同，因此着装意识应有所区别，应该借助于服饰掩盖体形的某些不足。例如，高大的人切忌穿太短的上装，色彩宜选择深色、单色为好；较矮的人上衣不要太长、太肥，裤子不能太短，裤腿不要太大，服装色彩宜稍淡、明快柔和些为好。这几点销售人员也不可忽视。

（4）注重场合

注意着装与场合的协调。无论穿戴多么华丽，如果不考虑场合，就会适得其反。销售人员在与客户沟通时的着装更要顾及客户的传统和习惯，特别是外国客户。

3. 加强自身修养， 注重仪表形态

☆ 细节放大镜

仪表，是指人的外表，包括人的容貌、姿态、服饰和个人卫生等方面，它是人精神面貌的外观。仪表形态，在人际交往的最初阶段，往往是最能引起对方注意的，销售人员常说的“第一印象”的产生多半就是来自一个人的仪表形态。

销售界流行这样一句话：你若想要成为第一流的销售人员，就应该先从仪表形态做起，先用整洁得体的服饰来装扮自己。一旦你决定进入销售行业，就必须注重自己的仪表形态修养，这是每一位销售员都必须要做到的。

实战魔鬼细节

仪表是一个人的广告，它给人的印象既是初步的，又是难忘的。仪表也是谈判的技术手段之一，用以动员对方向自己靠拢，它直接影响客户洽谈的情绪，也会影响成交结果。因为与人接触的第一感性认识都是从仪表开始的，所以仪表至少应给人以舒服自然的感觉，这样才能吸引客户的注意力，并让其集中在销售员的发言和所做的事情上。

作为一名销售员，如果你的仪表形态过不了关，那么客户就已经对你和你要销售的产品都失去了兴趣。因此，销售高手都十分注意调整自己的仪表形态，以期给客户留下良好的印象。

案例 1：

一天下午，一位销售员走进了一家公司总经理办公室。这位销售员身上穿着一件有泥点的衬衫和一条皱巴巴的裤子，嘴角叼着雪茄，含糊不清地说：“下午好，先生，我代表××公司。”

魔鬼必杀销售细节：金牌销售必懂的101个销售细节

“你也下午好！你代表××公司？”这位经理接着说道：“听着，年轻人，我认识××公司的高层领导，你没有代表他们，你的形象和面貌代表不了他们。”

不注重自己的仪表形态的销售员自然得不到客户的青睐。案例中的销售员正是因仪表邋遢而遭到了客户拒绝。

案例2：

一位销售员刚刚进入销售行业时，他的着装打扮十分不得体，为此公司的一位顶尖销售员对他说：“老兄，头发太长了，一点也不像个销售员，该理发了，每周都要去理一次，那样看上去才会精神。领带也没有系好，衣服颜色的搭配太不协调，真该找个人好好请教一番了。”并且他告诉这位新手，只有穿着打扮得体，才会更容易赢得别人的信任，更容易达成交易。

这位销售员觉得他讲得很有道理，听从了他的建议，每周去理一次头发，并且他还专门去向别人请教如何打领带和如何搭配衣服。这些虽然花掉了他许多钱，但是他的投资马上就赚回来了。

作为一名销售人员，从事着跟人打交道最多的职业，对仪表形态的要求特别高。销售人员的仪表形象不仅代表着公司的文化，而且也代表着公司产品的形象。因而，塑造完美的仪表对销售人员来说极其重要。

但是，一些销售员常辩解说，天天都在外面跑，哪有时间换干净的衣服。销售工作虽然是一个回报丰厚的工作，但确实也是非常辛苦的工作。尽管如此，一个聪明的销售员，也应该知道，外表是他的第一张牌。再好的产品，如果被穿着邋遢的销售员拿着，产品的品质也会随之受到质疑。

因此，作为一名合格的销售员，任何时候都不能疏忽自己的仪表形态。一定要尽己所能给客户留下良好的第一印象，只有在客户接受了你的情况下，他才会考虑接受你的商品。

魔鬼细节绝招

一般来说，一个穿戴整洁、举止有礼的销售人员很容易博得客户的信