

销售精英速成手册系列

一本销售实战案例和提高效率妙招完美结合的实用工具书

提高 销售效率

的48个妙招

对销售人员而言，掌握了提高销售效率的妙招就等于得到了“芝麻开门”的咒语。本书将引领读者在这个销售为王的时代，腾步迈向通天大道。



张超◎编著

 中国纺织出版社

销售精英速成手册系列

一本销售实战案例和提高效率妙招完美结合的实用工具书

提高 销售效率 的48个妙招

张超◎编著



 中国纺织出版社

内 容 提 要

你的销售工作富有效率吗? 面对客户, 你真的准备好了吗? 销售业务的成败常常取决于销售人员工作中的每一个细节, 而一个成功销售人员的良好素养和与众不同之处, 也全部体现在每一个细节之中。本书通俗易懂, 操作性强, 穿插案例, 联系实际, 详细介绍了提升销售效率的必备要素、必备工具和技巧, 能够让你在拓展业务时如鱼得水。

图书在版编目 (CIP) 数据

提高销售效率的 48 个妙招 / 张超编著. —北京:
中国纺织出版社, 2012. 11

ISBN 978 - 7 - 5064 - 8938 - 6

I. ①提… II. ①张… III. ①销售学—通俗读物
IV. ①F713. 3 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 181414 号

策划编辑: 刘箴言 张永俊 责任印制: 陈 涛

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

北京中印联印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2012 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 710 × 1000 1/16 印张: 16.5

字数: 184 千字 定价: 32.80 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

中国有句古话，叫做“成也萧何，败也萧何”。套用这句古话谈销售，可以说是“成也在人，败也在人”，而这个“人”就是销售人员。可见，销售人员本身的素养决定着销售工作的成败。销售人员置身于瞬息万变的市场之中，掌控了销售的诀窍就等于掌控了“芝麻开门”的咒语。

但实际上，很多初入销售领域的人，却像孩子一般迷恋着美妙的童话故事。他们常幻想：有一支神奇的仙女棒，只需在空中轻轻一挥，销售工作中所需要的各种知识、技巧和经验，就会随那一缕闪亮的银光自动注入自己的脑中。转瞬，自己便轻松地成为一名具备良好专业素质的成功销售家。

童话是美妙的，理想也是美好的，然而从理想到现实的距离却是遥远的。在实际销售工作中，我们往往会心不应手，总是感到没有效率。那么，怎么才能快速提升销售效率呢？

读书！可惜很多号称“销售真经”的书籍篇幅庞杂，使人一读就心中发憊，不知道什么时候能读完读懂。常常读了后面忘了前面，对日会万客的销售人员来说，是个沉重的负担。若是看一般销售书，又担心掌握不了销售的系统性知识。

大道希夷，何以传承？本书化繁从简，复元还真，很好地解决了这一

问题。编者在编撰此书时，广泛地阅读和研究了一些销售专业学上的法则与效应，并根据实际情况，将理论与行动相结合。为你剖析销售人员在与客户沟通交往中应避免哪些错误以及怎样把握正确的技巧方法，并采用生动翔实的故事或案例，抛砖引玉，深入浅出地分析了销售人员可能会遇到的一些实际问题，使读者对销售中的技巧方法有深刻的体会，并在认识到技巧方法之际能将头脑中的感性认识理性化，从而产生共鸣，最终转化成为自己的经验和心得，运用于各自不同领域的销售工作。

本书把销售实战和理论知识联系起来，使销售人员在这个过程中充分理解销售理论，积累深厚的理论素养。它就像一位经验丰富的智慧老者，不仅向我们讲述如何对错误说“不”，并教我们透彻地理解销售，娴熟地应用销售工具，而且带领我们走进“深山”，手把手教我们如何辨别方向、如何在野外生存。它可谓销售员成长路上的“羊皮卷”，引领我们在这个销售为王的时代，健步迈向通天大道。

编著者

2012年7月



目录

CONTENTS

第一章 第一印象决定沟通效果

——卓有成效的“5种沟通妙招”

运用“比喻”让客户第一时间了解你的意思 / 3

“情感牌”比任何销售话术都有效 / 8

“总结发言”让你的每一句话都是销售箴言 / 13

“看眼色”把握住最佳销售时机 / 17

“摘要语言”让你的产品介绍简短精彩 / 22

效率评估：把握时机，使用正确的沟通方式 / 26

第二章 长话短说言之有物

——快速提升销售效率的“8种话术”

运用数字更容易说明问题 / 31

第一句话就要说到点子上 / 35

幽默是赢得客户最好的敲门砖 / 39

用专业的语言赢得客户信赖 / 43
让客户感受到你语言的力量 / 47
果断插话，赢得主动权 / 51
事无绝对，话不说满 / 55
销售实战语言技巧大集合 / 60
效率评估：你需要简洁有效的销售语言 / 66

第三章 听懂客户的真正需求

——“巧”听客户语言的“5种策略”

“会听”才能得出“会说”的方法 / 71
让客户说出他的结论 / 76
公正客观地听取客户的说话 / 80
巧用附和与诱导 / 84
听出客户真正的心理需求 / 89
效率评估：听出客户的弦外之音 / 94

第四章 加快销售节奏的窍门

——快速成交的“9个技巧”

取得客户信任就能卖出任何东西 / 99
销售也需要有感觉 / 106
有时候敢冒险能取得意想不到的效果 / 111
制造一次令人感动的“巧合” / 116
客户最需要满足的是虚荣心 / 121
“差异”是客户选你的理由 / 125
认错销售法让你取得销售机会 / 129
虚张声势的销售窍门 / 133

实话实说诚信为赢 / 137

效率评估：测试你的交际能力 / 142

第五章 让你事半功倍的“小事”

——销售中要注意的“6个细节”

探明虚实投其所好 / 149

用客户最能接受的方式沟通 / 153

“缠功”的技巧 / 157

简洁明了话短为佳 / 161

获得赞美是客户永远的心理需求 / 166

傻瓜才会与客户争辩 / 171

效率评估：给客户留下一个好印象 / 176

第六章 第一眼就识破真相

——看懂客户肢体语言的“6个妙招”

解密身体语言的修饰与伪装 / 181

态度变化从“头”看起 / 185

手掌和手臂暗示的信息 / 190

手是心理变化的“传感器” / 195

坐姿里的“心理地图” / 200

脚上泄露的“天机” / 204

效率评估：测试你身体语言受人欢迎的程度 / 209

第七章 销售误区预警

——客户最讨厌的“9种销售模式处理”

开场白陷入“统一模式” / 213

夸夸其谈不懂利用“第三者”成事 / 218

呆板无趣不懂因人而变 / 223

抓不住重点的提问方式 / 228

盲目降价对自己的产品没信心 / 232

单调乏味不能激起客户的购买欲 / 236

只知道用价格说事儿 / 241

专业过分就是卖弄 / 244

把产品解说当成个人演讲 / 248

效率评估：测试你是否“惹人讨厌” / 253

参考文献 / 255

第一章

第一印象决定沟通效果 ——卓有成效的“5种沟通妙招”

要让客户在与你接触的第一时间就接受你，必须使用最恰当、最有成效的沟通方式。语言的运用、对客户感情的引导、说话时机的把握、恰当的产品介绍方式，都是与客户快速沟通的重要内容。





运用“比喻”让客户第一时间了解你的意思

我的销售语言够贴切、够活泼吗？

我在销售沟通中是否做过很多无用功？

我的销售氛围能让客户感到轻松、愉快吗？

我能否在销售沟通中把比喻运用得恰到好处？

我是否积累了足够的专业知识、掌握了熟练的语言技巧来支持我在销售沟通中对比喻的运用？

与客户快速沟通的第一步是让客户迅速明白你所表达的意思，在这个过程中，恰当、形象、生动的语言表达方式必不可少，比喻便是其中最常用、最有效的一种方式。

提到比喻，大多数人首先会想到在做产品功能介绍时会用到，实际上，如果在与客户沟通的每一个环节恰到好处地运用比喻，都能达到快速

沟通的效果。特别是在你与客户初次接触或者向客户讲解比较抽象、复杂的问题时，比喻可以让客户更快了解你的意思，从而提高你的沟通效率，尽快促成销售目标的实现。

活泼生动的语言表达不仅可以让你的销售过程轻松、愉快，更是你挖掘产品内涵、巧妙引出产品附加值的最有效的手段之一。客户一般都会排斥冗长乏味的单调介绍，更容易接受活泼直观可以引起共鸣的销售手段，只有将你想要表达的全部信息快速、准确地传递给客户，才能实现有效销售。否则，无论你做了多少，都属于无用功。当客户接受到你传达的信息，双方达到了有效互动，你才有机会在产品自然特性的基础上向客户介绍产品附加值。客户接收到的产品信息越多，成交的可能性就越大，节省的销售时间就越多。这个过程中，“比喻”作为非常重要的修辞方式，会起到至关重要的作用。

某大型商场搞化妆品专题促销，几十个化妆品品牌专柜都积极参与进来，试用、折扣、积分、赠品等促销手段花样百出，各家品牌专柜还调集了大量的销售员来为客户进行现场解答。

周雪是某法国化妆品中国代理公司的销售员，她的促销台与韩国某化妆品品牌代理公司的促销台相邻，两家最近都推出了日霜新品，其功效和定位相似，产品知名度也相当，是彼此在中国市场最大的竞争对手。

客户川流不息，两家的促销台都很热闹，周雪忙里偷闲注意了一下，发现许多客户并没有特别偏爱的牌子，购买行为也很随机，都是听销售员介绍，觉得产品适合自己就会购买。而且很多客户都会转过多家专柜后才下决心购买其中一家的产品。

这时，一位穿红衣服的女士走到周雪的促销台前，向这位女士简单介绍过自家的主打产品后，周雪根据这位女士的需要着重介绍了一下今年新推出的日霜。在介绍完产品功能后，周雪发现这位女士并没有强烈的购买欲望。这时，旁边韩国化妆品专柜的销售员拿出一个煮熟的鸡蛋，现场给



客户做起了演示。她将鸡蛋剥皮，露出里面细嫩的蛋清，用蛋清细嫩的质地来比喻该品牌化妆品用后的效果，并结合专业知识讲解原理，很多客户都被吸引过去，一时间韩国化妆品促销台前被围得水泄不通。正在听周雪讲解的红衣女士和其他几位客户也有要过去一探究竟的意思，这时周雪急中生智，向促销台前的客户说道：“蛋清般的质地可不是日霜最完美的效果。”

一句话勾起了红衣女士和几位客户的兴趣，她们一起看向周雪，等待她的下文。

“剥掉蛋皮的蛋清固然细腻光滑，但却失去了蛋皮的保护，美丽只是一时的，很快就会被破坏。我们的皮肤现在所经受的考验那么多，日晒、风吹、电磁辐射、化妆品侵蚀，都会对我们的皮肤造成伤害，如果把皮肤表面的保护膜去掉，只为了追求一时的细嫩，未免太得不偿失了。”

周雪见客户的注意力被拉了回来，又有几位客户注意到这边的情况也跟着围了过来，她继续说道：“皮肤保养，重在保护，要有白皙细嫩的效果也要考虑皮肤的承受能力。我们×品牌日霜的功能就是在皮肤表面形成一层保护膜，相当于为白瓷上釉，既达到了细腻光滑的效果，又有效地保护了皮肤。”

接着，周雪结合专业知识和她的“白瓷上釉”说，具体地介绍了自家最新推出的日霜。

讲解结束，看着促销台前里三层外三层的客户，周雪知道，今天的销售额一定能创造新高。

恰当生动的比喻说明不仅是你快速达成销售的法宝，还是应对竞争对手的有力武器。掌握了其中精髓，抓住客户眼球，激起客户的购买欲望，快速成交会成为很容易达到的目标。所以，如何有效利用比喻手法达成销售目标就成为我们必须掌握的一项基本技能。

1. 比喻必须贴切、合乎情理

运用比喻进行说明讲解是销售的需要，所以我们的本体和喻体也必须是与销售密切相关的内容，即必须贴切、符合销售实际情况。曾经有金属管销售人员将销售的管道比喻成乐器，虽然在声音和产品纯度上可以理解，但却忽略了产品的实际用途，没给客户留下想象的空间，也没有直观贴切地表现出产品的功用。像这样的比喻就是帮了倒忙，所以，在实际销售过程中，使用比喻的时候，一定要做到贴切、合乎情理。

2. 找出客户的关注点，直击目标

客户购买任何一种产品都会有他最注重的功能，销售人员要做的首先是找出这个关注点，再有针对性地进行销售。让你的比喻直指目标，少走弯路，这是提高销售效率的不二法门。大多数时候客户购买一种商品，只要他需要的那部分功能符合他的既定要求，其他的都是作为附加价值来参考的。所以，销售人员的语言必须有针对性，把你的比喻说到客户的心里，使他在最短时间内接受你的销售，从而达成销售。

3. 比喻必须结合专业知识进行说明

你所有的比喻都是为产品服务的，这是你进行销售沟通前必须明确的一个事实。所以，所有的比喻都不是孤立的，它真正的目的是吸引客户的注意力，让客户产生共鸣心理，为你的销售服务。因此，任何时候都不要忘了比喻背后的销售才是你真正的工作。用恰当的比喻结合丰富的专业知识，才是一次完美的销售沟通，绝不能做出舍专业知识而只注重比喻这样舍本逐末的事。

4. 别忘了你的目标是销售

无论做多少沟通，把产品销售出去才是你的真正目的。你的所有行为都是围绕销售进行的，这是你时时要提醒自己的事实。所以，必须注意销售沟通中比喻的度，做到收放自如，有理、有据、有节。理，便是我们前面所说的常理、客观实际；据，是产品及专业知识，作为比喻的一个依据



和参照，所有的比喻都必须依“据”而行；节，便是节制，一个沟通的度。何时应该铺开讲解，何时应该收势总结，何时应该推进销售，这就需要你对“节”有一定的把握。

销售沟通中善于运用比喻，可以拉近你与客户之间的距离，达到快速、高效的沟通效果，从而提高你的销售效率。



销售沟通中巧用比喻的几个注意事项：

语言活泼，合乎产品实际情况，与销售环境不冲突；

找出客户对产品的需求点，重点攻关，一击即胜；

任何比喻都不能脱离专业知识而单独存在；

必须做到有理、有据、有节；

一切都以销售作为终极目标。



“情感牌”比任何销售话术都有效

是否具备了良好的专业技能？

能否使点儿使客户感到惊喜的“手段”？

有没有为客户提供超值服务？

是否练就了刻苦耐劳的精神？

销售中有没有尽最大努力满足客户的需求？

老子说：大音希声，大象无形。销售是什么？归根结底销售是做人的工作，所以必须以“情”入手！很多人都纠缠于销售的“形”，没有去关注销售的“神”，所以最终得到的也不是老子所说的“大象”。

人都是有血有肉的感情动物，客户也是如此，有些客户表面看上去可能很冷漠，你三番五次上门拜访，他却始终不合作，但是或许你再坚持一下就能成功，客户可能不光在比较你的产品，更是在考察你的人品，所以