

8 Proven Selling Skills: For Winners 8小时学会 成功销售

写给繁忙销售人员、销售经理和企业老板
的销售实战指南

[爱尔兰] Ronan McNamara 著

屈云波 屈小淳 译



无论你在公司担任什么职务，
你都必须推销产品、思路或者你自己。
本书的特点是更注重销售实践中“如何做”的问题。
不论你的销售经验是否丰富，是销售新兵，还是销售专家，
你都应将它放在案头，随时参考。



通过运用书中的理念和实务要点，我的销售方式发生了根本变化，取得了相当可观的成绩。它是我永远的案头参考书。

—— 迈克·科霍，IBM 战略与企业发展经理

屈云波 主编



8 Proven Selling Skills: For Winners 小时学会 成功销售

写给繁忙销售人员、销售经理和企业老板
的销售实战指南

[爱尔兰] Ronan McNamara 著

屈云波 屈小淳 译



图书在版编目 (CIP) 数据

8小时学会成功销售: 写给繁忙销售人员、销售经理和企业老板的销售实战指南/ (爱尔兰) 麦克马拉 (McNamara, R.) 著; 屈云波, 屈小淳译著.

—北京: 企业管理出版社, 2013.7

书名原文: Proven selling skills: For winners

ISBN 978-7-5164-0425-6

I. ①8… II. ①麦… ②屈… ③屈… III. ①销售—通俗读物 IV. ①F713.3—49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第150672号

Proven Selling Skills: For Winners

By Ronan McNamara

Copyright: ©2010 Ronan McNamara

This Edition Arranged With Management Briefs

Through Big Apple Agency, Inc., Labuan, Malaysia

Simplified Chinese Edition Copyright:

2013 ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

All rights reserved.

本书中文简体字版由企业管理出版社出版。

未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

北京市版权局著作权合同登记图字01-2013-3852号

书 名: 8小时学会成功销售: 写给繁忙销售人员、销售经理和企业老板的销售实战指南

作 者: 罗南·麦克马拉

译 者: 屈云波 屈小淳

责任编辑: 杜 敏

书 号: ISBN 978-7-5164-0425-6

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路17号

邮 编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68414644 编辑部 (010) 68414643

电子信箱: 80147@sina.com

印 刷: 香河闻泰印刷包装有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 168毫米×235毫米 16开本 9印张 120千字

版 次: 2013年10月第1版 2013年10月第1次印刷

定 价: 30.00元

想长存，须读书

中国人读书现状

据中国出版科学研究所进行的一项《全国国民阅读调查》显示，中国人“识字者阅读率”从1999年的60.4%至2009年下降到50.1%；我国国民每年人均阅读图书仅为4.5本，远低于韩国的11本、法国的20本、日本的40本、俄罗斯的55本、以色列的64本……而读书的认真程度恐怕也大不如前了。

究其原因，主要是当今中国处于重金主义时代，没时间阅读、认为读书的投入产出比太低、多媒体时代获取信息的方式多元化以及图书质量下滑等。

营销人读书现状

据派力对近十年来开卷市场营销类图书销量排行榜等相关数据统计分析，每年总计近万种在销的市场营销类图书中排名在前400名的品种单册平均销量十年来下降了5倍之多；而在两大图书网络书店——当当网和卓越网上，虽然市场营销类品类在经营管理大类图书中总销量保持首位但单册平均销量也远不及大众畅销图书和投资理财等泛财经类畅销图书；而17年来单册平均销量或销额一直排名在市场营销品类第一的《派力营销图书》，单册平均销量同样也大不如前。

想长存，须读书

首先，我们要先说清楚“想长存，须学习”的道理。从企业营销进步水平的角度看，虽然中国企业市场意识和营销能力十多年来取得了很大进步，但跟世界发达国家领先企业相比，恐怕不会有几个人会认为中国企业的营销水平已经勇立潮头、可以高枕无忧了吧？如果经济低潮周期来临，那就会检验出我们中国企业市场意识和营销能力到底处于何种发展阶段；从营销人员个人职业发展角度看，因为十多年来甚至三十多年来，中国经济快速发展，不少行业和企业好像“傻瓜都能把货卖出去”，不需要什么专业精深的营销知识和体系，但殊不知近十年来，就是那些受过良好教育及专业训练的营销经理人越来越受到中国领先企业

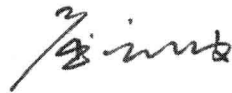
的猎请和重用，而大量缺乏学习意识和学习能力的“经验型老手”却陆续被淘汰出局。

如果多数中国营销人能够认同“想长存，须学习”的道理，那么接下来我们该选择何种学习途径呢？我们知道学习和培训确实有多种方式，但每种方式都有其优缺点，比如互联网和报刊，优点是文章实时且简短，缺点是没有图书的系统性、工具性和教材性；而通过在职学历教育、咨询和培训专业机构服务等学习途径，优点是能比较好地解决系统性甚至针对性问题，但其学习的方便性、时间和资金投入成本却无法与图书对比；而图书既系统专业，又阅读方便、省时省钱。简而言之，图书是您投入产出比最大的一种学习途径！

以上所述，与您共勉。

北京派力营销管理咨询有限公司

《派力营销图书》主编



2013年1月1日

致谢

Acknowledgements

感谢在本书出版过程中提供帮助的每一个人。

感谢雪纺·麦克利尔 (Siobhan McAleer) 和弗兰克·斯科特·列侬 (Frank Scott-Lennon)，他们推荐并邀请我向 Management Briefs 出版社投稿。感谢弗兰克·斯科特·列侬和尼亚·麦克马拉 (Niav McNamara) 的编辑指导，他们将专业引导、建议与鼓励巧妙地相结合。

感谢阅读本书初稿并提出意见的朋友，谭·卡伦 (Donal Cullen)、弗盖里·布莱霍尼 (Fergal Brehony)，特别是伊默恩·托纳 (Eamonn Toner) 和菲尔·赫伯特 (Phyl Herbert)，感谢你们极富价值的信息反馈、支持与建议。

感谢约翰·麦金纳尼 (John McInerney) 提出的“亲属销售精神”，他的反馈、建议和指导极为有益，令我感动。

在我20年来的职业生涯中，有幸见证了一些“顶级销售专家”的营销策略、技巧、方法、谋略与工作态度。向你们致敬，感谢你们对我的教育，正是你们的帮助让我形成了自己特有的销售思想和营销方法。

感谢我曾经培训指导过的所有销售人员与管理人士，你们亲身验证了本书阐述的销售理念、理论框架和营销工具，感谢你们无比珍贵的信息反馈。

感谢雪纺·麦克利尔，尼亚姆·凯利 (Niamh Kelly)，弗格斯·格洛斯特 (Fergus Gloster)，麦克·基霍 (Mike Kehoe)，弗盖里·布莱霍尼，感谢他们善意的支持。

最后，特别要感谢我的妻子尼亚，以及我的孩子希恩 (Seán)，列姆 (Liam) 和弗拉达 (Vlada)，感谢你们不懈的支持和永远的激励。

罗南·麦克马拉

“每个人都必须出售某种东西，才能赖以生存。”

——罗伯特·路易斯·史蒂文森（Robert Louis Stevenson,
1850~1894年）

本书的阅读对象是渴望成功的销售人士。本书的写作是建立在大量销售实践与学习经验基础之上的。它从实践角度出发，告诉人们怎样做才能实现成功销售。本书并非是要提出某种新型销售策略，而是在选定销售策略的基础上，面对面地给你具体指导。

本书着重针对成功销售行为进行分析与阐述。

本书第一章首先分析了企业的生命本源——赢得新业务。第二~七章则完全针对个人销售技巧进行面对面的指导：

- ① 倾听技巧。
- ② 提问技巧。
- ③ 客户确认技巧。
- ④ 影响力技巧。
- ⑤ 异议处理技巧。
- ⑥ 成交技巧。

随后，针对以上核心销售技巧，第八~十章进一步进行了补充与拓展：

- ⑦ 成功销售的四种习惯。
- ⑧ 领导销售团队。

● 罗南销售规则。

本书阐述的所有销售工具、销售框架和销售建议都在销售实践这一最严格的实验室中进行了极为充分的尝试、检验与强化。通过正确掌握与运用，你的销售业绩必将得到明显提高。

本书适用于所有对销售感兴趣的读者。销售新手可以学习基本技巧，获得进阶提示，大幅提高自己的销售业绩。经验丰富的销售人员可以回顾和提炼自己的销售知识和技巧。销售经理和公司老板，可以利用本书的指导原则、工作程序和相关工具，有效地处理销售人员招聘与团队领导事务。

如果你希望提高自己的销售业绩，本书总有适合你的珍贵资源。

无论你从事何种销售工作，请务必坚持成功销售这一指导原则！

Contents 目录

第一章 赢得新业务

挑战	03
赚取最大佣金	05
赢得新业务的过程	07
管理销售渠道	08
典型的销售渠道	09
了解你的销售数字	11
陌生电话销售的困难	12
如何获得客户约见机会——提示与话术	13
未来之路	16

第二章 倾听技巧

专业销售人员的倾听技巧	19
被动倾听	21
诱发被动倾听的因素	22
互动倾听	24
积极倾听，赢得销售	25
积极倾听的方法	27

第三章 提问技巧

提问的艺术	33
漏斗提问技巧	33
获取有效的销售信息	37
“如何”与“什么”的威力，再加一些“为什么”	40
迈向成功的日程表	40

第四章 客户确认技巧

C魔力——为你节省时间、资金和汗水	45
浪费销售人员时间的大魔头	47
如何在销售期间确认潜在客户	49
利用C魔力成功销售	55
如何以及何时使用C魔力	57

第五章 影响力技巧

明确目标	61
管理信誉	63
注意肢体语言和个人仪表	65
有效谈判	66

第六章 异议处理技巧

有效处理异议	73
异议处理的感受、感觉、发现技巧及其他	75
500多项异议处理话术	77
明确和深化对客户理解	78

第七章 成交技巧

成交的基本销售技巧	83
8种不同的成交技巧	84

第八章 赢得销售的四种习惯

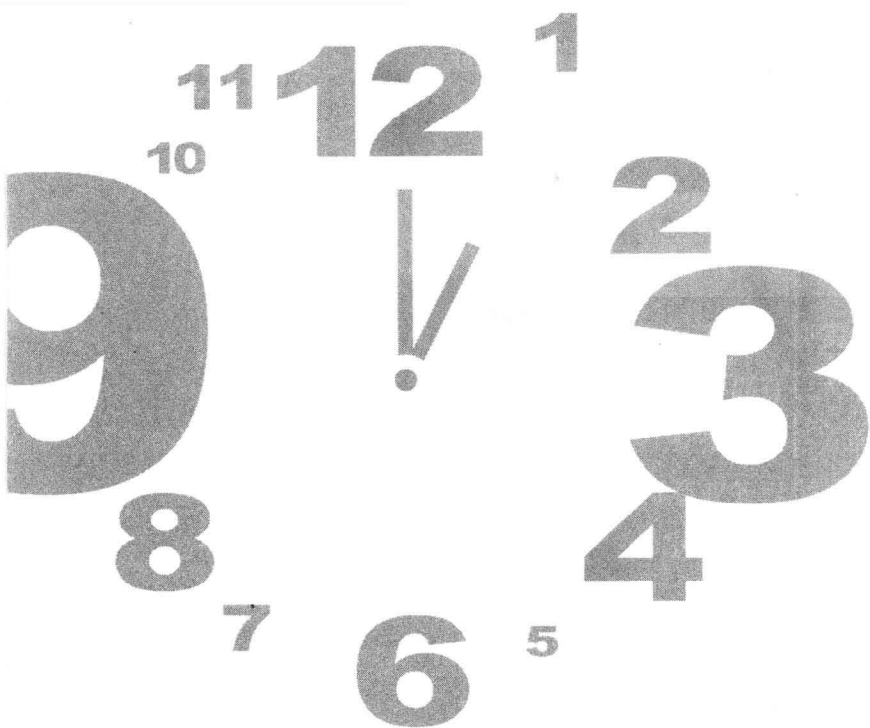
每一次销售拜访都要制订计划	95
利用拜访评估，系统改善销售效果	97
认识客户个性，调整销售风格	98
在销售过程中保持自信	102

第九章 领导销售团队

销售经理的职责	107
销售经理的领导技巧	108
销售招聘	110
两种基本的销售能力	111
管理销售渠道各阶段	116
销售团队的重要问题	118

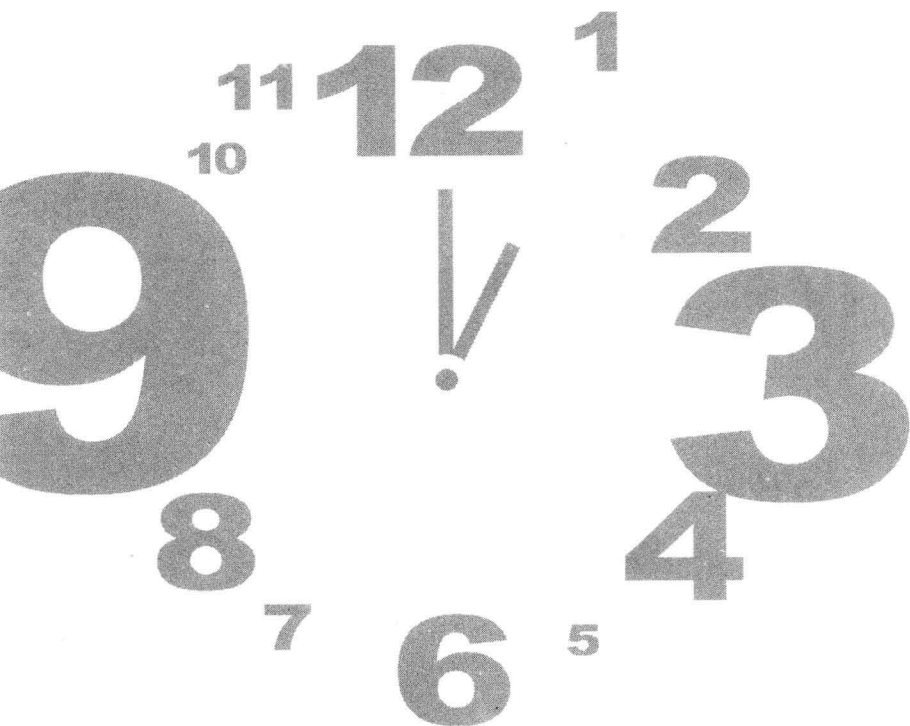
第十章 罗南销售规则

罗南销售规则	123
--------	-----



第一章 赢得新业务

Winning New Business



Chapter Outline

章节概览



挑战

赚取最大佣金

赢得新业务的过程

管理销售渠道

典型的销售渠道

了解你的销售数字

陌生电话销售的困难

如何获得客户约见机会——提示与话术

未来之路

「挑战」

持续获得新业务是一项重大挑战，它需要一系列确保成功销售的具体技巧、理念和个人素质。长期开发新业务的能力是检验专业销售人员综合素质的试金石。

准确的销售角色定位以及对新业务的看法，对你而言具有极为重要的意义。

你可能：

- ▶ 是一家大公司刚刚招聘的新员工，负责部分现有客户。
- ▶ 负责为公司开发新客户。
- ▶ 同时扮演上述两种角色，在现有客户中开发新业务机会。

销售人员扮演的角色、承担的责任和执行的任務千差万别。其名片上印制的头衔在一定程度上可以体现这种差异：

- ▶ 客户主管
- ▶ 销售代表
- ▶ 渠道销售经理
- ▶ 部门销售经理
- ▶ 全国客户经理

- ▶ 服务销售主管
- ▶ 产品销售经理
- ▶ 地区客户主管

虽然工作范围不同，但是这些销售人员均担负着销售责任。因此，有一点非常明确，即开发新业务的技巧、态度和过程是恒定不变的主题。开发新客户与向现有客户销售有着明显的差异。

你必须开发许多潜在客户，才能成功签订几笔订单。客户确认技巧能够帮助你踏上最为重要的销售“捷径”，使有限的时间得到最充分的利用。通过拨打电话确认潜在客户，也是一种极为经济高效的销售技巧。



你必须开发许多潜在客户，才能获得几笔新业务。这是一款数字游戏。你必须将它变成一款高品质的数字游戏。



讨论专题1.1 成功销售人员的心得

- 开发新业务很不容易。
 - 很多人会对你说“不”，有些人甚至态度粗鲁。
 - 永远不要将对方的回答当成是针对你个人的。
 - 赢得新业务是绝大多数公司生存发展的命脉。
 - 拨打足够多的电话，你一定能够建造一个高品质的销售渠道。
 - 构建并经常检查你的销售语录。
 - 预测可能遭遇的反对意见，制定“清晰高效”的应答语录。
 - 在必要的时间和地点，合理修正和改进你的销售方式。
-

通过陌生拜访电话来开发新业务，就像是硬着头皮学习、应付不喜欢的考试科目一样，你必须付出更多的心血和努力。获得新客户的约见机会也与之相似。大多数销售人员都非常讨厌自己工作中的这一面。于是，他们很自然地采取了逃避这项任务的策略。但是，他们忘记了，这种消极心态会严重影响其经济收入和职业发展。

对待陌生拜访的态度是决定销售成败的关键。如果你能做到：

- ◆ 深刻理解：
 - 以最高标准进行陌生拜访，成功的概率将大大提高。
 - 如果你的陌生拜访比竞争对手更为出色，你就能赢得客户。
- ◆ 养成拜访结果并非针对你个人的心态。
- ◆ 为陌生拜访承担全部责任。

这样，你必将掌握高效销售的金钥匙。

「赚取最大佣金」

在2003年出版的《商务浴室圣经》（*Business Bathroom Bible*）中，作者德雷克·麦卡恩（Deiric McCann）指出，许多销售人员过早地放弃了努力。他对这一问题的研究给人们留下了非常深刻的印象，我们简要叙述如下：

★ 要点

德雷克·麦卡恩询问销售人员，是否后悔过早地放弃了努力。他引用了以下统计资料：

- 48%的销售人员拨打了1次电话，然后放弃。
 - 25%的销售人员拨打了2次电话，然后放弃。
 - 15%的销售人员拨打了3次电话，然后放弃。
 - 12%的销售人员一遍又一遍地拨打电话，永不放弃。
-

猜一猜，上面四种类型的销售人员中哪些人最终拿到了90%的佣金？

12%的那些人是真正成功的销售人员，他们始终不断地寻找并选择合格的销售线索，并在市场上确定相应对象。这是一场战役，不是一次性投机电话访问。在此需要明确一下，我们提倡的电话销售精神与某些销售人员强势推销欺骗客户的做法不同。我们谈论的是技艺高超的销售人员，他们能够坦然接受一位合格潜在客户直截了当的异议，但是总能设法不让大门关死，为将来再次拨打电话留下机会。这些专业的销售人员始终在自己的销售渠道中保留了一批高潜能和合格的潜在客户，并督促自己一遍又一遍、一遍又一遍地与这些目标群体联系。一旦机会出现，他们会毫不犹豫地紧紧抓住，以极大的努力与这些潜在客户建立商业关系。

★ 要点

如果你遭遇异议，此时的关键是，必须设法让大门保持打开状态，以便将来再次跟进。
