

打造黄金能力，成就绝佳业绩，赚取百万年薪！

成就 冠军销售员 的10大黄金能力

于跃龙/编著

CHENGJIU
GUANJUN XIAOSHOUYUAN
DE SHI DA HUANGJIN NENGLI



销售是个技术活儿，只有具备10大黄金能力的人，
才能又多、又快、又好地拿订单！

中国纺织出版社

成就 冠军销售员 的10大黄金能力

于跃龙/编著

CHENGJIU
GUANJUN XIAOSHOUYUAN
DE SHI DA HUANGJIN NENGLI



 中国纺织出版社

内 容 提 要

许多销售员都被相同的问题——销售成功率低、销售业绩平平等问题困扰着。这些烦恼对于销售新人而言,更是如影随形般纠缠不休。之所以会被这些问题困扰,大多是因为销售人员自身的销售能力有所欠缺。本书就是针对销售人员的能力欠缺,从塑造职业形象的能力、平衡心理的能力、销售口才能力、开发客户能力、产品介绍能力、处理异议能力、销售谈判能力、促进成交能力、催款能力、售后服务能力等十个方面详细阐述了销售人员应该具备的销售能力。相信销售人员通过不断地修炼这十项能力,一定能够提升自己的销售能力和销售业绩。

图书在版编目 (CIP) 数据

成就冠军销售员的 10 大黄金能力 / 于跃龙编著. —
北京: 中国纺织出版社, 2013. 4
ISBN 978-7-5064-9502-8

I. ①成… II. ①于… III. ①销售学 IV.
①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 304592 号

策划编辑:关 礼 金 彤 责任印制:周平利

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

三河市南阳印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2013 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:17

字数:201 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

PREFACE

随着生活水平的不断提高，人们对产品的要求也越来越高。他们并不局限于追求产品的质量，更倾向于追求产品、服务带来的精神愉悦。正是由于人们对产品、服务的要求越来越高，使得奋斗在销售一线的销售员对自身能力的要求也日益严格。

在当今的销售大潮中，一名销售员如果不具备一定的销售能力，没有高超的销售技巧，是难以在销售行业立足的。要知道，销售能力的高低直接决定产品的销售量以及销售额。可见，销售人员提高自己的销售能力势在必行。

除此之外，在实际的销售工作中，销售人员还会碰到各种各样的疑惑：为什么总是难以给客户留下良好的印象？为什么在面对销售困境时总是产生消极情绪？为什么对客户的说服总是没有效果？为什么总是难以开发到新的客户？为什么总是做不好产品介绍？为什么总是难以化解客户的异议？为什么在销售谈判中总是失利？为什么总是无法实现成交？为什么总是不能成功收回货款？为什么售后服务总是做得不到位？……销售人员之所以会有这些困惑，都是因为销售能力的欠缺。

销售员要想在销售行业立足，要想消除这些疑惑，要想提升自己的销售业绩，并成为销售行业的佼佼者，就必须不断地提升自己的销售能力。

本书专门针对销售人员应具有的销售能力而编写，书中较为详细地介

绍了销售人员需要掌握的十大能力，即塑造职业形象的能力、平衡心理的能力、销售口才能力、开发客户能力、产品介绍能力、处理异议能力、销售谈判能力、促进成交能力、催款能力、售后服务能力等。在分别讲述这些能力时，又穿插了贴近生活的事例，这不仅带给读者丰富的理论知识，也给读者分享了一些实践经验，相信这更能给读者以实质性的帮助。

本书设计匠心独运，全书共分为十章，前三章叙述了销售人员应具有的职业形象、心理素质和口才技能，后七章以销售的一般流程——开发客户、产品介绍、化解异议、销售谈判、实现成交、收回账款、售后服务为主线，详细叙述了在销售各个阶段和流程中销售人员所应具备的能力。

本书旨在使销售人员具备高超的销售能力，使之成为销售冠军。如果你正在为自己的销售能力苦恼，如果你想进一步提高自己的销售能力，如果你想销售行业中立足，那么，翻开本书吧！仔细阅读本书，反复推敲和练习，用心学好每一种技巧，相信你的销售能力一定会有一个质的飞跃。

编著者

2013年3月



CONTENTS

录



第一章 职业形象：你的形象价值百万

【销售员的疑问】为什么我的职业形象不能赢得

客户 / 002

第一印象决定销售的成败 / 004

言谈要得体 / 007

打造富有感染力的声音 / 010

加强语言的亲和力 / 013

举止要得体 / 016

拥有良好的职业素质 / 019

【实用备忘录】塑造职业形象的禁忌 / 022

【借鉴他人的冠军之道】法兰克·贝格：穿着打扮助

你成功销售 / 024



第二章 心理素质：优秀的销售员都有一颗积极的心

【销售员的疑问】在销售中我如何才能保持情绪的

稳定 / 028

抱持坚定的信念才能获得成功 / 030

乐观是销售人员不可缺少的伙伴 / 032

销售人员需要一定的钝感 / 035

销售员切忌急躁 / 038

拒绝贪婪,才能成为优秀的销售人员 / 040

克服恐惧,才能成就销售的未来 / 042

摆脱消极情绪,成功销售 / 046

【实用备忘录】销售员的五张“脸谱” / 049

【借鉴他人的冠军之道】原一平:学会忍耐才能业绩翻番 / 051

第三章 口才技能:磨炼你的销售口才

【销售员的疑问】为什么我口才超群,却成不了销售冠军呢 / 054

销售中不可缺少的幽默艺术 / 056

赞美促成销售 / 059

套近乎,拉近与客户的距离 / 062

用共同的熟人展开谈话 / 065

完美地进行自我介绍 / 068

向记者学习采访技巧 / 071

【实用备忘录】销售过程中提问的注意事项 / 073

【借鉴他人的冠军之道】乔·吉拉德:多开口向客户请教 / 075

第四章 开发客户：开拓你的客户资源

【销售员的疑问】为什么我开发了很多客户，却没有提升我的销售业绩呢 / 078

留心观察，客户无处不在 / 080

以产品接近法开发客户 / 083

以销售的创意吸引客户 / 085

以“情”打动客户 / 087

通过老客户来开发新客户 / 090

开发客户没有一劳永逸 / 093

【实用备忘录】开发新客户需要注意的问题 / 095

【借鉴他人的冠军之道】河濑和幸：以制造悬念开发客户 / 097

第五章 产品介绍：激起客户的购买兴趣

【销售员的疑问】我该如何评价竞争对手的产品 / 100

介绍产品之前，透彻了解你的产品 / 103

根据客户的关注点介绍产品功能 / 105

让客户亲自体验产品 / 107

向客户介绍产品时要多对比 / 110

不要拿着产品说明书照本宣科 / 113

介绍产品时别忽视了客户的反应 / 116

列举具体事例，增强产品的说服力 / 119

对产品始终保持信心 / 122

【实用备忘录】5 个促进销售的产品介绍法 / 124

【借鉴他人的冠军之道】汤姆·霍普金斯：介绍产品
时要懂得激发客户的需求 / 127

第六章 化解异议：将不可能变为可能

【销售员的疑问】我该如何应对客户“过段时间再
买”的借口 / 132

嫌货才是买货人——挑剔的客户才是忠实的客户 / 135

别怕客户的怀疑眼光——弄清异议产生的原因 / 138

没有不挑剔的客户——客户的异议有真有假 / 142

必要时拒绝客户——对客户说“不”的技巧 / 145

改变客户的想法——以说服化解异议 / 148

解除客户的异议——客户觉得产品并不像你所说
的那么好 / 151

忽略客户的拒绝——客户的一些拒绝不必当真 / 154

【实用备忘录】化解价格异议的 5 种方法 / 156

【借鉴他人的冠军之道】博恩·崔西：永远不要和客
户争辩 / 158

第七章 销售谈判：在谈判中争取客户

【销售员的疑问】为什么我做出了让步，还是无法成
交呢 / 162

谈判中要善于倾听 / 164

借助上级领导的威望谈判 / 167

用“荆棘”回击客户的刁难 / 169

谈判中有时需要模糊表态 / 172

销售谈判中沉默也能制胜 / 175

谈判过程中的“应声虫”策略 / 177

容易使你陷入被动的谈判失误 / 179

【实用备忘录】销售谈判中不可违背的“铁律” / 182

【借鉴他人的冠军之道】乔·库尔曼:以“为什么”问出客户的信息 / 185

第八章 实现销售：成交才是硬道理

【销售员的疑问】我如何才能让客户感觉不到我急于签单的心情 / 188

识别和把握客户发出的成交信号 / 190

与客户成交是一个双赢的过程 / 193

用激将法赢得客户 / 196

利用客户的逆反心理,实现成交 / 199

利用客户的从众心理,促成交易 / 202

满足客户的占便宜心理,促成交易 / 205

让客户感觉自己的钱花在了刀刃上 / 208

【实用备忘录】8个促成交易的方法 / 210

【借鉴他人的冠军之道】杰弗里·吉特默:放长线,钓大鱼 / 213

第九章 收回货款：切实守好最后一道关卡

【销售员的疑问】我如何才能获得心理优势,进而收回货款 / 216

客户以“忙”为由拖延货款,该如何应对 / 219

如何应对因产品质量问题而造成的拖延货款 / 222

如何应对“不是我经手的,我不负责”的借口 / 225

如何应对客户“我们再商量一下”的要求 / 228

关注时效才能有效收款 / 231

如何应对赖账的客户 / 234

【实用备忘录】拖延货款的信号和原因 / 236

【借鉴他人的冠军之道】洛夫·罗勃茨:巧妙应对客户“资金紧张”的借口 / 238

第十章 售后服务：服务比产品更重要

【销售员的疑问】客户强烈要求退货怎么办 / 242

优质的售后服务更能吸引客户 / 244

正确处理客户的投诉 / 247

注重售后服务的效率 / 250

提供售后服务时不要推卸责任 / 252

售后服务出现过失要采取服务补救措施 / 255

【实用备忘录】做好售后服务的4个妙招 / 258

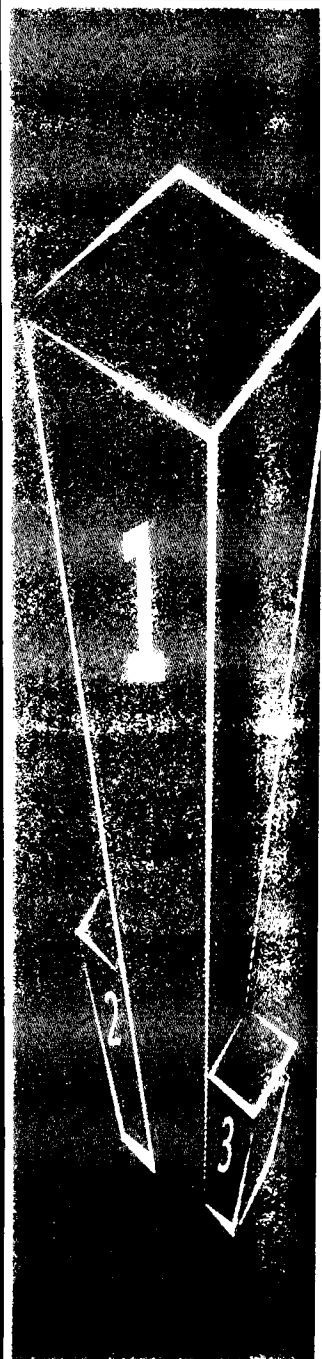
【借鉴他人的冠军之道】马里奥·欧霍文:勤于向客户表示关切,培养忠实客户 / 260

参考文献 / 262

第一章

职业形象：你的形象价值百万

职业形象是无声的语言。有魅力的销售员会做到仪容端正，举止大方；服饰整洁，搭配合理；遇事稳重，不卑不亢；态度和蔼，待人亲切；言行得当，彬彬有礼。职业形象是一种力量，它是销售员综合素质的体现，也是一种竞争的资本。完美的职业形象是取得销售成功的一条捷径，也是增添自己魅力的筹码。所以有人说，职业形象是无价的。



销售员的疑问

为什么我的职业形象不能赢得客户

王丽是医疗器械销售代表，她每次面见客户前，都会精心打扮一番，发色发型严格按照职业需要打造，看起来既干练又年轻；妆容更是化得精致无比，连脖子处那不够白皙的肤色都用粉底遮住了；至于穿着，也很符合销售员这一职业，黑色或者深蓝色的西装套裙，不仅让人显得更加干练，而且把女性的柔美曲线也展现出来了，非常好看；脚上细跟的黑色皮鞋，不仅拉伸了小腿的曲线，也让整个人看起来更加高挑了……总之，王丽为自己打造的职业形象既干练又美丽。

但是让王丽苦恼的是，她的精心打扮并没有给她带来相应的回报。相反，有些客户在第一次与她洽谈之后，就不见了踪影，即便打通了对方的电话，得到的也是对方的百般推托或拒绝，似乎对方不敢再与她见面。

为了工作，王丽在个人形象的打造上花费了大量的财力和精力，但是收效甚微。她的口才不错，也掌握了大量医疗器械方面的知识，而且她的长相也不错，可是为什么一些客户见了她第一面后就不愿与她继续商谈了呢？对此，王丽百思不得其解。

解决之道

得体的职业形象能够促进销售工作的顺利进行。通常，在与客户见过面后，客户如果出现带有反感情绪的反应，那么，就要反思一下自己所打造的自以为很完美的职业形象是否有不妥的地方。

比如，上例中的王丽自以为自己的职业形象无懈可击，却不知道她的职业形象其实并不利于她销售工作的开展。

首先，王丽销售的是医疗器械，其凸显女性曲线的西装套裙虽显干练，但与医疗器械的距离似乎远了一些，这会让人产生“挂羊头卖狗肉”的感觉，或者给人留下“花瓶”等不专业的印象，如此一来，自然很少有人对王丽所卖的医疗器械感兴趣了。

其次，王丽将职业形象打造得太过美丽，这会让大多数人产生自卑感、距离感。生活中，大多数人都是平凡的，固然愿意欣赏美丽、亲近美丽，但如果将职业形象打造得过于美丽，会让人自惭形秽，从而不愿意与之接触。通常，职业形象固然要让人赏心悦目，但更要充满亲和力。

作为销售人员，为了避免类似王丽的错误，需要明确以下几点：

1.好的销售形象是销售员综合素质的体现，包括良好的精神面貌、优秀的待人接物能力、得体的举止等外在表现，也包括睿智的头脑、适宜的谈吐等内在的体现。这两方面中的任何一方面做不好，都不能算是拥有良好的职业形象，也不能获得客户的青睐。

2.销售员打造良好的职业形象是为了影响客户，而不是单纯地向客户展示形象良好的自己。良好的职业形象要充分加以利用，才能起到事半功倍的效果。

3.职业形象不仅要与销售员这一职业相符，更要与所销售的产品相符。比如，作为健身器械的销售人员，穿上让人显得活力十足的运动装去推销产品，一定比穿着西装套裙的效果更好。

当然，根据个人特点、职业特点、销售产品，打造适宜的职业形象并不是一件容易的事。本章接下来的内容将为你解决这个问题。



第一印象决定销售的成败

美国心理学家洛钦斯于1957年进行了一个实验，他设计了四篇不同的短文，分别描写一位名叫杰姆的人。第一篇文章整篇都把杰姆描述成一个开朗而友好的人；第二篇文章前半段把杰姆描述得开朗友好，后半段则描述得孤僻而不友好；第三篇与第二篇相反，前半段说杰姆孤僻不友好，后半段却说他开朗友好；第四篇文章全篇将杰姆描述得孤僻而不友好。洛钦斯请四个组的被试者分别读这四篇文章，然后在一个量表上评估杰姆的人到底友好不友好。

实验结果表明，文章内容的前后安排是至关重要的。描述开朗友好在先的，评估杰姆友好的被试者为78%；描述孤僻不友好在先的，评估杰姆友好的被试者仅为18%。

从实验可见，第一印象在人际交往中是非常重要的。人与人之间初次见面所留下的第一印象，会在彼此的意识中占据主导地位，影响双方后续的交往。这一点，在销售过程中也表现得尤其明显。

在销售过程中，能否给客户留下良好的第一印象，有时候在很大程度上影响着客户是否会接受并购买销售人员的产品。而如果销售人员给客户留下的第一印象不佳，那么销售人员要想在后来的接触中扭转客户对自己的态度，就必须付出加倍的努力，要用一百个甚至更多的好印象去弥补。不过，即使如此，也未必能成功改变客户对销售员的看法。因此，与其事后费力弥补，不如在销售之初就留给客户一个良好的第一印象。下面事例中的晓强就做到了这一点。

晓强是一位销售新人，他的工作是销售各种厨具。上班的第一天，老

板就交给他一个很重要的任务，让他到一个客户家里推销厨具。

晓强尽管心里有些紧张，但还是稳住了心神。当他站在客户的家门口时，他毫不犹豫地摁响了门铃。一位女士打开门询问晓强的来意，晓强自然、得体、礼貌地说明了来意，并进行了自我介绍。之后，晓强被请进屋里。晓强在那仅待了半小时，就与那位女士签订了合同，那位女士买下了价值5000元的厨具。

在这之前，那位女士已经打发走了5位厨具的销售人员，而且他们的销售价格都比晓强的低。但是她为什么偏偏选择和晓强签订合同呢？原因很简单，那位女士说：“这个小伙子很有礼貌，很敦厚，给我留下了良好的印象。”

事例中的晓强能够销售成功，主要是因为他给客户留下了良好的第一印象。可见，销售人员在初次面见客户时，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。如果客户对你的印象不佳，即使你的产品再好，也会把对你的厌恶转移到产品上。

因此，你必须争取给客户留下良好的第一印象，博得客户的好感和认可。那么，销售人员应该从哪些方面来注意自己的职业形象，从而给客户留下良好的第一印象呢？

1.销售人员要注意自己的穿着和打扮。当你穿着得体、整洁时，客户就会潜意识地认为你是在一家很正规、很优秀的公司工作，从而对你和你提供的产品或服务产生信任。这样，销售起来就更加容易成功。

2.要注意自己的言行。当你守时、礼貌、准备充分地出现在客户面前的时候，你的这些良好品质也会给客户留下良好的第一印象，而这个正面的印象会像光圈一样扩展到你做的每件事情上，也会扩展到你的产品上，促使客户认同你和你的产品。

同时，销售员应使自己的言行合乎礼节。礼节是一个人内在修养及精神面貌的外在表现。言行合乎礼节的销售员往往能够给客户留下深刻的第一印象，而客户往往只会和值得信赖、合乎礼节的销售人员合作。言行合

乎礼节的基本原则是真诚、热情、自信、谦虚，围绕这几个基本原则去交往，必然能给客户留下良好的第一印象。

总而言之，销售人员给客户留下的第一印象是实现销售的敲门砖，是提升销售业绩的“靠山”，千万不要小看了第一印象的作用，其代表的不仅仅是销售员自己，而且也代表了其所在的公司以及公司的产品。因此，销售人员必须将“第一印象”充分重视起来，争取给每一位客户留下良好的第一印象。