

销售 就用这几招

最受欢迎的销售方式与技巧

邵宏彬著

销售就是找对人，
做事，说对话。
只要对了，任何客户
你都可以轻松搞定。

NO.1



一本书彻底说透成交的真正秘密

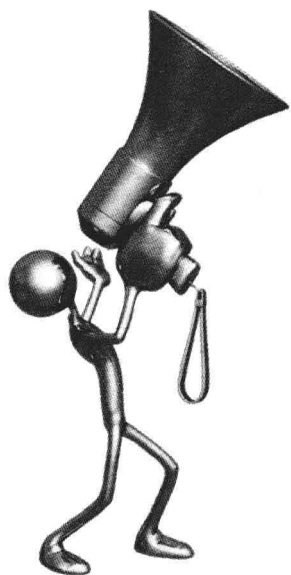
每一个销售员都必须牢牢掌握销售必杀技

拨开销售的重重迷雾，抓住销售流程中的几个关键环节，帮助你迅速提高销售业绩。

如果说四两拨千斤是中国功夫的精髓，那么化繁为简就是销售实践的至高境界！千招会不如一招精。销售用好这几招，足矣！

销售 就用这几招

邵宏彬著



图书在版编目(CIP)数据

销售就用这几招 / 邵宏彬著. —北京:新世界出版社,2012.4

ISBN 978-7-5104-2550-9

I. ①销… II. ①邵… III. ①销售—方法

IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 040323 号

销售就用这几招

作 者:邵宏彬

责任编辑:陈 玮

责任印制:李一鸣 黄厚清

出版发行:新世界出版社

社 址:北京西城区百万庄大街 24 号(100037)

发行部:(010)6899 5968 (010)6899 8733(传真)

总编室:(010)6899 5424 (010)6832 6679(传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版权部: +8610 6899 6306

版权部电子信箱:frank@nwp.com.cn

印刷:北京嘉业印刷厂

经销:新华书店

开本:710 × 1000 1/16

字数:320 千字 印张:19.25

版次:2012 年 5 月第 1 版 2012 年 5 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5104-2550-9

定价:36.00 元

版权所有,侵权必究

凡购本社图书,如有缺页、倒页、脱页等印装错误,可随时退换。

客服电话:(010)6899 8638

前 言

销售是帮助有需要的人们得到他们所需要的东西的一种过程，而从事销售工作的人，则从这个交换的过程中得到适度的报酬。在我们生活的环境中，没有人可以离开“销售”这个词。大到买车买房，小到柴米油盐，都需要我们通过“销售”来实现。

如何让双方各取所需，彼此感到满意，形成一种双赢的局面，对销售员来说是成功的关键。客户既可以让我们赚不到一分钱，又可以让我们成就自己的事业。只有你满足了客户的某种需求，客户才会选择你的商品。

一位富翁想要娶亲，有三个人选，富翁给了三个女孩各1000元，请她们把房间装满。第一个女孩买了很多鲜花，装满房间的1/2；第二个女孩买了很多气球，装满房间的3/4；第三个女孩买了很多蜡烛，让光线充满房间。最终，富翁选择了最性感的那个。

这个故事告诉我们：有的时候，有的客户就是这么虚伪，他嘴上的需求往往不是他真实的需要，所以了解客户的真实需求非常重要。事实证明，那些销售精英之所以能够成功，就是因为他们找到了关键点，抓住了客户的真实需求，解决了客户的根本问题。如果我们能够发现那些关键之处，那么那些看似复杂的问题就会迎刃而解。

因此，作为销售员，你要有几手绝活，能在这样的关键之处拿捏准确。如果没有这样的“绝活”，销售就很容易会在与客户“过招”的时候失手。实际上，销售很简单，就是个满足客户需求的过程。销售，想要成交，就用这几招，足够了。

本书所写的这九招，笼盖了整个销售的过程——

◆在销售准备上，告诉你在见客户之前，应该以一种什么样的姿态、什么样的开场、携带什么样的资料去打动客户。

◆在建立信任上，教你学会如何获得客户的信任，赢得客户的青睐。客户只有在信任你的前提下，才会购买你的产品。

◆在挖掘需求上，让你明白要想钓到鱼，就要像鱼那样思考，客户关心的并不是你卖什么，而是他想要什么。你只有明白了客户的需求，才能去满足他的需求。

◆在呈现价值上，让你知道真正要销售的是产品的价值，而不是产品的性能。无论你说得口若悬河还是天花乱坠，最主要的还是要让客户明白我们产品的价值。

◆在解除疑虑上，让你懂得在没有解除客户的疑虑之前，客户是不会轻易拍板下订单的。

◆在以心攻心上，给你一些心理学的妙计，从而巧妙地打开客户紧闭的心扉，迫使客户下决心购买我们的产品。

◆在推动成交上，告诉你如何利用一切资源推动客户实现我们的最终目的，如何才能有效地让客户加入到我们的行动中。

◆在售后服务上，让你明白怎样通过售后服务来获取忠实的客户，获得“二次成交”的机会，如何通过售后服务来吸引你的客户。

◆在开发客户上，教你学会如何去发现你的客户，如何去拉拢你的客户。选对客户，就相当于销售成功了一半。

本书采用的都是现实的案例、精练的语言以及建议，让销售员一看即懂，一用就灵，切实解决销售中的问题！不管你是销售产品还是发展合作，所有的招数都可以拿来即用，是广大销售员提升业绩、获得晋升的好帮手。

目 录



第一招

销售准备：没有准备的销售就是准备失败的销售

1. 相信你的公司，相信你的产品，相信你自己 / 003
2. 销售完全是常识的运用，成交也只在常理之中 / 006
3. 把你对产品的信心传递给你的客户 / 009
4. 让每一次销售的感觉都是：这是最棒的一次 / 012
5. 最优秀的销售态度最好、知识最丰富、服务最周到 / 015
6. 一次成交是偶然，次次成交则是知识和技巧运用的结果 / 019
7. 在取得好的成绩之前，必先做好枯燥乏味的准备工作 / 022
8. 准备好开场白、该问的问题、该说的话以及可能的回答 / 025
9. 切忌一开口就表现出一副销售员的腔调 / 029
10. 一份证明材料胜过 100 种销售技巧 / 032
11. 对与公司产品有关的资料、说明书、广告等，必须熟记 / 034

第二招

建立信任：客户只会从他相信的人那里购买产品

1. 打造专家形象，只有专业才更值得信赖 / 039
2. 销售员赞美客户的话应当像铃铛一样摇得叮当响 / 042
3. 在与客户建立信任关系之前，切忌率先谈及销售话题 / 046
4. 销售可以运用各种手段应对客户，但绝不可以欺骗客户 / 049
5. 如果你能让客户笑，你就能够让客户购买 / 052
6. 客户总是喜欢那些令人喜欢的人，尊重那些值得尊重的人 / 055
7. 如果你能维护好客户的利益，那么你所得到的远超过提成 / 057
8. 透明度就是信任度，让客户充分了解自己的公司 / 060
9. 别表现得太过精明，人人都愿意和老实人打交道 / 063
10. 遵守诺言，千万不要把自己说过的话抛到九霄云外 / 066

第三招

挖掘需求：客户的需求需要你去主动引导和挖掘

1. 销售的目的不只是为了完成销售目标，更重要的是帮助客户 / 071
2. 搞清楚客户为什么购买，远比你如何销售更重要 / 074
3. 客户是中心，要目不转睛地注视着你的客户 / 077
4. 要想钓到鱼，就要像鱼那样思考 / 080
5. 让客户谈论他自己，这是发掘客户需求的大好良机 / 083
6. 一语说中客户心思，销售可以像算命师一样 / 086
7. 破译客户的身体语言密码，及时做出正确的判断 / 089
8. 优秀销售员会用80%的时间提问，只用20%的时间讲解产品 / 092
9. 提出有效的问题——你能否在5个问题内完成一次交易 / 095
10. 你卖的不是产品，而是客户问题的解决方案 / 098

第四招

呈现价值：引导客户把注意力放在产品的价值上面

1. 有效陈述呈现的是产品的价值，而不是产品的性能 / 103
2. 尽可能使用引荐人，第三方说一句好话胜过你说一百句 / 106
3. 让客户介入产品展示，让客户对产品产生一种拥有感 / 109
4. 强调长期关系，要让客户相信你是来帮助他解决问题的 / 112
5. 记住，对客户无益的交易也必然对销售有害 / 115
6. 如果你让客户感觉到你在强迫他，那么你就已经失败了 / 118
7. 以客户喜欢的方式进行销售，而不是自己喜欢的方式 / 121
8. 没建立信任之前，不要去做竞品分析，更不要贬损竞品 / 124
9. 打印一份忠实客户的名单，表现出你的实力和竞争力 / 127
10. 坚持原则，随随便便让步反而让产品的价值大打折扣 / 129

第五招

解除疑虑：真正想要购买的客户才会去挑剔产品

1. 嫌货才是买货人——沉着应对客户的各种挑剔 / 133
2. 客户推托，不要反驳——理解客户推托的真实意愿 / 136
3. 用科学的解说和细致的沟通化解客户的疑虑 / 139
4. 棘手的客户是销售最好的老师——向他们请教 / 142
5. 价格是销售员心头永远的痛——引导客户关注产品的价值 / 146
6. 如果你能够预见拒绝，那么你就能够预防拒绝 / 149
7. 了解客户及其公司，帮助客户树立购买的信心 / 151
8. 以帮助客户购买为己任，因为客户不喜欢被销售 / 153
9. 对客户的异议自己无法回答时，绝不可敷衍了事 / 157
10. 客户有逆反情绪先反省一下是不是自己的问题 / 161
11. 一步步推进，帮助犹豫不决的客户缩小选择范围 / 164

第六招

以心攻心：真正优秀的销售员都是天生的心理学家

1. 交易时不要急于求成，让客户在砍价中获得成就感 / 169
2. “免费的午餐”不免费，负责任感促使客户成交 / 172
3. 老虎钳效应：你再加点，生意就成交 / 175
4. 退让策略：高明的销售员总是让客户觉得自己赢了 / 178
5. 告诉客户这是“最后一次”，迫使客户下决心 / 181
6. 权威效应：借“行家”打消客户的疑虑 / 184
7. 利用从众心理：大家都买了，你买不买 / 187
8. 注重心情舒适度，没有客户愿意花钱买不开心 / 190
9. 让节俭的客户觉得自己的钱花在了刀刃上 / 193
10. 试用体验的方式，增加客户对产品的亲近感 / 196
11. 量身定做效应：唯一性让客户忽略价格的影响 / 199

第七招

推动成交：负责任的销售员都要主动帮客户做决定

1. 忠诚的客户是最好的代言人，他们的推荐非常有说服力 / 203
2. 客户用逻辑来思考问题，但让他们采取行动的则是感情 / 206
3. 今天的订单就在眼前，明天的订单远在天边 / 209
4. 倾听购买信号，当客户已决定购买时，通常会有暗示 / 213
5. 越在成交的关头，你越要有坚定的自信 / 217
6. 巧妙应答客户的提问，利用客户的问题来确定成交 / 220
7. 成交阶段，一定要用催促性、限制性的提问，促使客户购买 / 224
8. 跟进、跟进、再跟进，完成一次销售需要与客户多次接触 / 227
9. 每次告别时，都要为下一次拜访客户找好理由 / 231

第八招

售后服务：做好售后服务就是为下一次成交做准备

1. 产品卖出去不是万事大吉，要解决好客户购买后的顾虑 / 237
2. 销售前的奉承不如销售后的服务，后者才会永久地吸引客户 / 240
3. 如果你送走一位快乐的客户，他会替你招徕更多的客户 / 243
4. 成交并非销售工作的结束，而是下次销售活动的开始 / 246
5. 积极回应抱怨，赢得客户的宽容与信任 / 249
6. 客户的投诉将带来销售，只要你处理得当 / 252
7. 利用礼尚往来增进关系，为下一次合作打好基础 / 255
8. 对于老客户也要经常回访，以获得更多反馈信息 / 258
9. 售后服务也是开发客户的过程，让客户主动为你介绍新客户 / 261
10. 开发新客户不能忽视老客户，老客户也能带来新订单 / 264

第九招

开发客户：源源不断的客户才会让你的业绩水涨船高

1. 在朋友中做生意，在生意中交朋友 / 269
2. 250 法则：一个客户背后有 250 个潜在客户 / 271
3. 1 比 10 法则：一个老客户胜过 10 个潜在的新客户 / 274
4. 在拜访客户时，即使没有成交，也要让客户介绍别的客户 / 277
5. 一旦客户认可了你，便很愿意帮你介绍新客户 / 279
6. 找对人才才能办对事，找到有购买决策权的人进行销售 / 281
7. 将客户的资料整理和归档，并经常查阅 / 284
8. 掌握不同客户存在的需求差异 / 287
9. 建立个人网站，在行业内提升你的人气指数 / 291
10. 每一位客户都值得尊重，不要有高低贵贱的成见 / 293
11. 客户没有高低却有等级之分，依客户等级确定拜访的频率 / 295

第一招 销售准备

没有准备的销售就是准备失败的销售

销售准备是十分重要的，也是达成交易的基础。销售准备一般可以分为两个方面：一是知识，你需要了解你的公司、产品和客户，你需要准备好你的产品说明书以及相关的证明文件，等等；二是态度，并且态度至关重要，你需要对自己公司的产品充满信心，你需要拿出热情和真诚对待客户，你需要调动起自己的积极态度来应对客户，等等。

相信你的公司，相信你的产品，相信你自己

赢得客户的信任是成功销售的前提，而销售员的自信心程度往往决定了客户对公司产品的信心。销售员的心理状态往往能够影响客户的购买行为。销售员如果缺乏信心，那么在销售的时候，就会缺乏激情，客户受到这种状态的影响，则难以产生购买欲望；相反，如果销售员充满信心，在销售的过程中就会自然而又流畅，口若悬河、滔滔不绝，那么客户则容易产生购买欲望。

宇浩是一家报社的广告销售员，他是一个天生的乐天派，对任何事情都充满信心。刚到报社之后，他就主动提出要接手一些以前的销售员没有洽谈成功的客户。经理虽然不相信他能够成功，但还是给予他这个机会。

宇浩将所有的客户资料整理完之后，走到镜子面前，对着镜子里的自己说：“加油，在一个月之内，一定可以成功地完成销售任务。”然后，他开始出发了。第一天，他成功地和这些“不可能”的客户中的两个谈成了交易，第二天又成功了几个……到了月末的时候，只剩下一个客户没有购买他的广告版面。

自信是重要的品质，销售员必须拥有自信，才能用自信去感染客户，让客户从我们的自信中获取对产品的信心，从而产生购买行为。没有信心的销售员，形容萎缩、举止畏首畏尾，最容易让客户产生反感，客户是不会向这样的销售员购买产品的。而销售员在一次次失败之后，则会更加缺乏信心，如此反复，恶性循环，必然难以成为成功的销售员。

事实上，每个销售员都具有销售能力，那部分失败的销售员只是因为缺乏信心，所以难以将自身的能力施展开来。由于缺乏信心，于是他们经常否定自己、使得自己本身具有的能力被禁锢。比如，有的销售员认为自己口才不行，于是在



销售就用这几招

客户面前急得面红耳赤，说话结结巴巴、吞吞吐吐。而那部分成功的销售员则经常自信满满，他们对自己有着很高的评价和要求，因而他们能够将自身的能力发挥到极致，得以和客户展开有效的交流，使得客户对他们产生良好的印象，从而顺利地将产品销售出去。

日本销售大师原一平在进入保险业的时候，经常对着镜子喊：“全世界独一无二的原一平，有超人的毅力和旺盛的斗志，所有的落魄都是暂时的，我一定要成功，我一定会成功。”每一个人都具有很大的价值，都具有无穷的潜力，成功的销售员能够利用信心将它挖掘出来，并充分释放。

自信心是销售员赢得成功和保证的基础，每一个销售员都有可能成为销售大师，只要我们有足够的信心。如果我们在一开始的时候就认为自己不行，那么我们永远都不可能在销售上做出成绩。无论我们是否真的很行，都要先给自己树立信心，只有这样，才能面对销售过程中的种种挑战和困难，才能具有向前冲的力量。

作为销售员，我们需要在以下方面表现出自己的自信。

首先，在外表上表现出自己的自信。

外表上的自信来自心灵上的自我肯定。不管我们与什么样的客户打交道，都要秉持“我是最棒的、我是最优秀的”心态。正如罗福斯夫人所说的：“没有我同意，谁也不能让你觉得自己差人一等。”

其次，在体态上表现出自己的自信。

一个人的自信形象，完全可以从他的走姿坐姿等体态上表现出来。因此，要想成为拥有自信的销售员，你必须在自己的一言一行、一举一动中表现出来。精力充沛、信心十足的姿态应该是这样的，挺胸收腹、面带微笑、眼睛有神、目光直视交往的对方。

再次，在语言上表现出自己的自信。

如果一个人说话总是唯唯诺诺，那么势必会给人一种软弱的感觉。因此，在说话的时候，你要表现出自己的自信。比如，要说普通话，说话不能着急，分析问题要有理有据，吐字清晰。不管面对的是什么人，我们都要自然大方地说话，让人一看就感觉到你是一个非常成功的销售员，客户受到你的感染，也会随之自信起来。

自信首先给予自己力量，让自己有足够的勇气面对销售工作中的艰难困苦；

然后再“以自信求得他信”，用信心感染客户，赢得他们的信赖，最终将产品销售出去。总而言之，自信是每一个销售员必备的品质和心态，是贯穿于销售工作始终的重要因素。

销售的成败不仅仅是由商品决定的，更重要的在于销售员本身的魅力，成功的销售员大多善于首先将自己销售给客户。自信是销售员必备的良好心态，也是销售员的魅力所在。只有拥有信心，才能赢得客户的理解、喜爱和信任。



2

销售完全是常识的运用， 成交也只在常理之中

销售的准入门槛之所以那么低，就是因为销售所涉及的知识 and 内容非常简单，任何人都可以理解，它不需要有着深厚文化底蕴的人去钻研和研究。事实上，将销售知识进行整理后，我们不难发现：所谓的销售知识本就是一些常识的组合。成功的销售员就是那些能够将这些常识巧妙地运用到销售工作中去的人。

举个比较常见的例子，销售员都有过请客户吃饭的经历。俗话说“酒桌上交朋友，酒桌下成生意”，事实也是如此，有些事在饭桌上谈总是更方便些。不要以为请客户吃饭就是随便打个电话和客户约一下，然后随便找个餐厅，随便点几个菜，大家聊聊天这么简单的事。如果你没有一定的生活常识，一个小小的礼仪注意不到，或者照顾不周，就容易给客户留下不好的印象，从而影响到日后的销售。

销售员武波本打算和客户进一步套套交情，就请客户吃了一次饭。而武波平时是个不拘小节的人，大大咧咧惯了。吃饭的时候，他用餐的姿势比较粗俗。恰好这个客户又属于文化型商人，对此非常看重。对方认为，武波连基本的礼仪都不懂，工作上必然也不够专业。结果，武波这顿饭请得还不如不请，原本还有一点热度的客户，态度来了个急转弯，冷淡了许多。

客户可以说是销售员的衣食父母，万万不能得罪，单单是请客户吃饭去哪里请，请什么规格，控制在什么费用，要达到什么效果，销售员都必须做出周密的安排，不能有丝毫的马虎。同时，还要注意吃饭时的一些细节。

如果你请的客户需要人来作陪，那么作陪人员的选择是非常关键的。如果不加选择，随便拉几个人过来，不太会说话，或者太会说话，一顿饭吃完了，不是

自己的业务没谈成，就是成全了自己的朋友和客户，那就没有效果了。

如果客户身份比较高，又要考虑自己节约的成本，那么酒水最好自己带。无论是何种性质的吃饭都不要出现酒喝多了、胡说八道的情况；有女士在场时，不要无所顾忌地讲荤段子，也不要粗话满天飞，更不要忘记了吃饭的目的。

如果可以，尽可能在请客户吃饭的时候带上一些小礼品，不需要太贵重，关键是投其所好。比如，他刚刚得子，你就选择一件宝宝物品。这不只是一种礼貌，也能很好地拉近你们之间的距离。

另外，吃饭的时候最好不要谈生意，否则你的功利性太明显，对方会觉得，“哦，你请我吃饭，就是为了和我签单”，反而会对你产生不好的印象。其实，如果你们在酒桌上相谈甚欢，酒桌下生意自然就成交了。

当然，与客户打交道的常识不只是请客户吃饭这一点，在日常的交往中同样有很多需要注意的地方，下面略举几个：

注意你说话的态度，即便对方不是你的大客户，并不能带给你什么利润，你也要学会用请教的态度与口吻与他们说话。因为人不可貌相，很多实用的良师益友往往来自不起眼的生活与工作中。

在得到客户对你的相貌、处世方法、人品等方面的赞扬时，一定不要表现出理所当然的样子，更不要假意否认，可以适当地表示感谢。

在拜访客户之前，一定要先和对方打招呼，做好预约，不做不速之客。如果你有事使得你不能如约到达，一定要提前通知对方，到了以后要诚恳地道歉，并做解释。如果你要带未经邀请的朋友，应该事先通知对方。

去拜访客户的时候，一定要在征询对方的意见之后再进入对方的房间。万不可不经同意就坐在别人的私人座位上、翻客户的书架、用别人的电脑或者其他室内物品。这是对别人的尊重，也体现了自己的修养。

尽量不要和客户发生争辩，争辩并不能解决问题，即便你是对的，也最好能冷静下来，同时也让对方冷静下来。多收集一些数据材料，考虑得更明白点再寻找合适的时机说。

在你没有充分把握的时候，不要随便做出承诺，承诺了就要最大限度去履行。可以采用“争取”与“尽量”这样的口吻回答客户，以给自己留些后退的余地。

虽然我们常说在商言商，但是销售员要尽量不谈回报地先为别人做点什么，