

销售员必备的销售细节训练全书

细节

决定销售成败

肖正◎编著



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。

——乔·吉拉德

每一个成功的销售背后都蕴含着无数细节的妥贴处理
每一个不成功销售的背后都包含至少一个细节的非专业处理

 中国纺织出版社

细节

决定销售成败

肖正◎编著



中国纺织出版社

内 容 提 要

近年来,随着人们消费水平的提高,销售领域用人需求的扩大,越来越多富有挑战精神的年轻人加入到销售队伍的行列,使得销售人员的压力和竞争也随之增大。几乎每一天都有无数的被淘汰者,又有无数的新人加入。跑单、跳单、抢单现象时有发生,销售人员为了拿到订单,几乎使出了浑身解数,结果却总是不尽如人意。是什么原因呢?如何改变这种现状呢?本书从细节着眼对销售过程进行了详尽的阐述,旨在提供给销售人员一个新的思路,跳出功利心的心理陷阱,打造全新销售理念,真正将销售工作做到客户心里。书中案例新颖,表述到位,有很强的实用价值。

图书在版编目(CIP)数据

细节决定销售成败 / 肖正编著. —北京:中国纺织出版社, 2013.7

ISBN 978-7-5064-9789-3

I. ①细… II. ①肖… III. ①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 106019 号

策划编辑:曹炳铨

责任印制:储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 邮政编码:100124

邮购电话:010—67004461 传真:010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

三河市华丰印刷厂印刷 各地新华书店经销

2013 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:16

字数:238 千字 定价:29.80 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

生活在于细节，销售工作同样也离不开细节。销售人员言行举止中的每一个细节都是在向客户传递一种信息，稍不注意就会造成客户流失。然而要想做好细节也不容易。销售人员如果缺乏对生活的深度理解、敏捷的行动力，以及最基本的职业素养，细节工作就做不到位，客户便不会买你的账。

可见，做好细节很重要。一个销售员只有将细节工作做到客户心里，才能获得客户的长期合作和认可。经验人士往往通过客户的一个表情、一个动作即能读出其深意，并以此做出判断，找出相应的销售策略，让客户放心地与之签单。销售员需要着重训练的就是这种随时发现客户购买动态的职业敏感性。

放大到整个销售过程中，细节工作直接影响着客户对销售员的看法，以及销售过程的实质走向。销售员的任务就是帮助客户发现自己尚未自知的需求，并使其意识到这种需求的紧迫感，从而刺激和引导客户的消费。无论采用何种销售策略，销售人员的目的只有一个，那就是：以细节来吸引客户的眼球，启发客户的需求认知，从而促成交易。就拿产品介绍来说，优秀的销售员会根据客户需求点的不同而相应地介绍产品，可以强调产品的价值和亮点，还会邀请客户参与到产品示范过程中，客户的亲身体验也能增强其对产品先入为主的占有欲。

俗话说：最高明的技巧就是没有技巧。应对异议的过程也时刻体现出销售员的细节工夫。销售员只有本着实事求是的原则，耐心地解答客户提出的各种疑问，巧妙运用细节技巧为客户释疑，才能不断地提高客户的安全感，进而推动销售进程。

在价格较量中更是如此。销售员切不可为了订单而盲目以低价成交。更不能无视产品的性价比而着重抬高价格。价格尺度的拿捏往往很微妙，非行家

细节 决定销售成败

Xijie Jueding Xiaoshou Chengbai

里手无以把握其精粹。真正有价值的沟通未必赢在嘴上。优秀的销售员不但要会说，会听，还要会问，会在沟通中把握价格浮动的分寸。这就是为什么单纯能说会道不能赢得业绩的原因了。

现如今，有些销售员为了促成交易，往往表现得过于急切，恨不能一蹴而就，一劳永逸地实现成交。然而，这毕竟是不现实的。稍有经验的销售员都知道，销售是一项艰苦而需要不断付出耐心的工作，客户在决定是否签单时，也是心理最脆弱的时候，销售员只有理解客户的心理，在细节上不断下功夫以提升客户信任度，才能最终达成交易。

总之，细节工作就是这样贯穿于销售始终。销售员用对了方法就会一举成功，用不对方法就会让对方钻了空子，使销售变得无比艰难。因此，要想取得销售成功，必须记住：你的手里永远要握着“撒手锏”，这个“撒手锏”就是细节工夫。基于此，我们协同一些经验人士共同编写了这本有关销售细节的图书。旨在打开广大销售人员的心结，借助与客户交往时应对细节，照顾细节的能力来提升业绩。

成也细节，败也细节。销售工作说白了就是一场客户与销售员之间细节的较量。只有一个肯用心，能虚心，肯学习的销售员才能做好销售，才能将细节工作做到极致，使销售工作最终实现质的飞跃。

编 者

第一章 销售礼仪细节：举止细节体现职业素养

礼仪细节既体现了销售员自身的职业素养，也直接或间接地影响和引导着客户对销售员的看法，以及销售过程的走向。就拿销售员的穿着来说，当客户认为你的穿着令他无法接受时，他就会这样想：“要是这个销售员连这点审美能力都没有的话，他的判断力又能好到哪儿去？我不愿让这样的人来摆布我如何做生意。”实际上，不仅仅是外表，销售员在与客户的磋商过程中，举止中的每一个细节都是在向客户传递一种信息，稍不留意就会造成客户流失，之前的种种努力也将付诸东流。

■ 约见客户时应注意的细节	002
■ 给客户留下良好的第一印象	005
■ 记住客户的姓名和面孔	007
■ 比你的客户稍微“低”一点	009
■ 做好递接名片的细节	011
■ 以手势增强销售员的魅力	014
■ 真诚的微笑是无声的名片	016
■ 从打招呼开始赢得客户的好感	018
■ 不要先挂掉电话	020
■ 不可忽视与客户的眼光接触	023
■ 签约和被拒绝之后要慎重离开	025
■ 送客时也要留意细节	028

第二章 透视客户细节：一眼看出客户购买信息

在销售过程中，销售员要学会察言观色。有经验的销售员从客户的每一个表情和动作中都能读出一种潜在的含义，并以此作出判断，找出相对应的销售策略，让客户实心实意地与自己签单。所谓“知己知彼，百战不殆”，销售员需要着意训练的就是这种随时发现客户购买动态的职业敏感性。相信时间久了，你一定能够从人们的购买习惯以及肢体语言中发现一些有价值的信号，发掘顾客隐藏的需要和购买动机。只有这样，才能拓展自己的销售领域，成为一名优秀的销售员。

- 好奇心让你抓住客户身上的购买信息 032
- 看出客户的购买能力 034
- 眼神最能反映客户内心 035
- 从习惯动作看出客户情绪的变化 037
- 头部动作传递的客户信息 039
- 滔滔不绝的客户巧应对 042
- 从坐姿看客户的心理 044
- 通过“腿脚”看客户心理 047
- 从手部动作知晓客户心底的秘密 048
- 声音的变化传递客户心理 051

第三章 引导客户细节：不着痕迹引导客户需求

这个世界只要有消费存在一天，就会有需求相伴随。人的需求是多样化的，是无止境的。表面上看来没有需求的人，事实上也有许多潜在的需求。销售员的任务就是帮助客户发现自己尚未自知的需求，并使其



意识到这种需求的紧迫性，从而刺激和引导客户消费。当然，本着这一思想，无论是在产品上下工夫，还是采用特殊的销售手法来引起客户的好奇心，其目的只有一个，那就是：以细节来吸引客户的眼球，启发客户的需求认知，从而达成交易。

■ 针对客户性格特点进行引导	054
■ 引导客户的语言技巧	057
■ 随身带一份小道具	058
■ 用利益说话最好使	061
■ 以“小恩小惠”来引导销售	063
■ 用问题巧妙引导客户	065
■ 帮助客户发现自己的需求	068
■ 挖掘出客户更多的需求	071

第四章 产品介绍细节：产品示范从细处着眼

有的销售员以为：产品介绍？那谁不会呢！只要把自己对于产品的认知不折不扣地告诉给客户不就成了。事实上，产品介绍可不是想象中那么简单。优秀的销售员会根据客户需求点的不同而以不同的侧重点来进行产品介绍。同时不忘在介绍产品时，不管用什么方式，都要多多强调产品的价值和亮点。有时候，如果能让客户亲自做产品示范，那你就让客户来做，让他们置身于情景当中，或者说让客户来帮你推销，这也不失为一个好办法。不要小看这些不起眼儿的细节，就是它们在决定着销售的成败。

■ 向客户争取“1分钟”	076
■ 如何应对客户对产品的反应	078
■ 只告诉顾客感兴趣的细节	081

■ 邀请客户一起参与	083
■ 让产品为自己说话	085
■ 调动起客户的想象力	088
■ 让数字为产品说话	091
■ 专业介绍传递权威信息	093
■ 产品介绍的几个窍门	095

第五章 应对异议细节：不经意间让客户释疑

销售行为的发生，通常伴有各种异议，一个个或简单或复杂的异议就如同销售员迈向成交的一个个“路障”。其实，销售员要感谢这些异议的存在，有了它们，才有了成交的可能性。因为人们只有对自己不感兴趣的产品才会采取不置可否的态度。面对客户提出的各种销售梗阻，销售员最忌讳的就是同情客户。俗话说：最高明的技巧就是没有技巧。销售员只有本着实事求是的原则，耐心地解答客户提出的一个又一个疑问，或者运用细节巧妙地让客户释疑，才能不断提高客户的安全感，推动销售进程。

■ 客户过激异议巧处理	100
■ 直接否认客户异议要掌握好“度”	103
■ 处理客户异议的四个方法	105
■ 认真面对客户的抱怨	108
■ 使用忽视法处理客户的抱怨	110
■ 转化客户的价格型异议	112
■ 合并客户的需求型异议	115
■ 反驳客户的批评型异议	117
■ 客户拒绝的原因及应对	119



第六章 讨价还价细节：价格较量胜在细节

价格较量其实也是一种细节上的较量。在这场较量中，买卖双方各自使出浑身解数，谁都不想率先亮出底牌。其实每一场较量都一样，那个喊得最欢的未必就是最终的胜者。在讨价还价过程中，销售员切不可为了订单而以低价促成交易，否则不但使自己无利可赚，也打破了正常市场竞争的秩序；更不能无视产品的质量和档次而盲目抬高价格。在价格谈判中，客户可能会提出各种拒绝理由，比如“太贵了，没有钱”“我做不了主”等，面对这些理由，销售员该如何具体应对并使自己巧妙地在价格战中胜出呢？本章将从细节着手，为您解答一系列有关价格谈判的问题。

■ 先谈价值，后谈价格	124
■ 在销售中妙用“零”策略	126
■ 不可以低价换订单	128
■ 应对不擅谈价的客户	131
■ 将金额细分应对嫌贵的客户	132
■ 当客户说“没有钱”时	134
■ 以惊讶的表情面对报价	136
■ 用以退为进法谈价	138
■ 以产品比较法促使客户加价	140
■ 避实就虚式杀价法	142
■ 让客户享受讨价还价的成就感	144
■ 适时地制造一种紧迫感	145

第七章 销售沟通细节：从细节上提升沟通质量

销售沟通贯穿于销售的全过程。真正有价值的沟通未必赢在嘴上。一个优秀的销售员不但要会说、会听，还要会问。这就是为什么一个看起来能说会道的销售员往往不及一个善于思考、敏于觉察和判断的销售员业绩高的主要原因。在销售沟通过程中，所遇到的问题多种多样。沟通的质量不仅取决于销售员的判断力及肢体语言的配合程度，也是取决于客户的不同个性及消费心理。人是很容易受别人影响的，利用这一点，在沟通中不失时机地加入自己的观点，运用全部感知针对不同的沟通对象找到最好的方法，才能使沟通达到预期目的，最大限度地提升沟通质量。

- | | |
|----------------|-----|
| ■ 在谈话中弱化推销味道 | 150 |
| ■ “赞美”要与客户连在一起 | 153 |
| ■ 不说客户顾忌和不懂的话 | 156 |
| ■ 揣摩不愿交谈的客户心理 | 159 |
| ■ 注意推销时机的把握 | 161 |
| ■ 口才关系到销售成败 | 163 |
| ■ 沟通中尴尬情境的处理 | 165 |
| ■ 用电话传递坚定的信念 | 168 |
| ■ 提出的问题要专业 | 169 |
| ■ 从细节上掌握倾听的技巧 | 172 |

第八章 销售谈判细节：谈判较量也是细节较量

谈判较量事实上也是计谋的较量。用对了方法一举成功，用不对方法就会让对方占尽先机，使谈判过程变得无比艰难。销售员要想在商务谈判中取得成功，在准备工作这一环节里，尤其要注意选择有利于自



己的谈判时间和地点。在谈判中有一种策略叫做“白脸”“黑脸”战术，如果使用得当，会起到出奇制胜的效果。对谈判双方来说，“争分夺秒”有它的优点，“拖延时间”也有它的用处，两个法宝的运用都是谈判人员应掌握的谈判艺术。此外，销售员还可以使用适当“发怒”的手段，给谈判加点作料。总之，你必须记住：你的手里永远要握着“杀手锏”，而且这个“杀手锏”平时看不见，偶尔露峥嵘，才能助你在销售谈判中立于不败之地。

■ 谈判时间、地点的选择	176
■ 以适当的沉默促成谈判	178
■ 为客户准备一顶“高帽”	181
■ 使用“白脸”“黑脸”战术	183
■ 以“限期”战术夺取谈判主动权	185
■ 学会使用谈判拖延法	187
■ 有预谋的发怒影响谈判走向	191
■ 要学会揣着明白装糊涂	192
■ 不可轻易亮出自己的底牌	195
■ 以退为进，绕个弯也许效果更好	197
■ 大胆暴露自己产品的缺陷	200

第九章 销售促单细节：以细节促动客户签单

随着客户的购买兴趣逐渐高涨，购买时机也渐渐成熟，客户心理活动趋于明朗，并通过各种方式表露出来，进而向销售员发出成交的各种信号。销售员要善于观察客户的情态、气氛、场合、动作、表情，不具备良好观察能力的销售员很可能白白错过成交机会。还有一些销售员在促单过程中往往会表现得过于急切，恨不能自己一进门客户就答应签约。然而，这毕竟是不现实的，稍有经验的销售员都知道，销售是一项艰苦而需要耐心的工作，销售员要想促单成功，既不能表现出急切心理，也不能在该提出成交的时候畏缩不前。客户在决定是否签单时也是

心理最脆弱的时候，销售员只有理解客户的心理，从细节入手提高客户的安全感，才能最终获得销售的成功。

■ 影响客户成交的因素	204
■ 在客户身上捕捉成交信号	206
■ 促单时不可急于求成	209
■ 销售员要主动提出成交	211
■ 快速成交的六个方法	213
■ 魔术签约五步法	217
■ 肯定客户做决定的能力	219
■ 这些签单细节要牢记	222
■ 以体验的方式促成交易	224
■ 有效促销赢在精细	226

第十章 销售服务细节：滴水穿石，赢得客户的心

销售离不开服务。销售产品从某种意义上说也是在销售服务。如果销售员不能抛开自己的功利心，势必会引起客户的怀疑和反感。满足客户的一切合理要求，实则是销售人员的本职工作。除非你不想在这一行里成为出色的人，否则你就应该用自己足够的热情和耐心获得客户的信任，赢得客户的好感，取得客户的长期合作。真诚的服务就是真诚地关心，只有发扬服务精神才能最终创造订单。

■ 以不断重复来加深客户印象	230
■ 关注客户的细微需求	231
■ 为客户提供个性化服务	233
■ 保持与客户的联络	235
■ 把老客户的“闲事”当成正事	238
■ 及时记下客户的要求和反馈	241

参考文献	244
------	-----

● 第一章

销售礼仪细节：举止细节体现职业素养

礼仪细节既体现了销售员自身的职业素养，也直接或间接地影响和引导着客户对销售员的想法，以及销售过程的走向。就拿销售员的穿着来说，当客户认为你的穿着令他无法接受时，他就会这样想：“要是这个销售员连这点审美能力都没有的话，他的判断力又能好到哪儿去？我可不愿让这样的人来摆布我如何做生意。”实际上，不仅仅是外表，销售员在与客户的磋商过程中，举止中的每一个细节都是在向客户传递一种信息，稍不留意就会造成客户流失，之前的种种努力也将付诸东流。

约见客户时应注意的细节

与客户初次见面，销售员言行是否得体、举止是否礼貌周到是最应该注意的。也就是说，销售员一言一行在仪态仪容上的表现将直接影响到客户，成为是否能赢得客户信任的基础。同时这些外在表现也将直接体现出销售员所代表的公司或企业的整体形象。因此，销售员初次与客户接触的时候，千万不要忽略那些会影响自己成败的微小细节。大致来说，初次见面时，在细节上需注意以下几点：

细节 1：信守约定的时间

信守时间是销售员必须注意的细节之一。一旦与客户约好了见面时间，就一定要信守承诺。第一印象非常重要，按时赴约，才能开个好头。在这方面销售员要牢记的一点是：不但要守时，在时间上还要掌握分寸。比如对于正常拜访客户来说，过早到达干扰了客户的正常工作不好，因迟到而浪费客户的时间就更不好，最佳的办法是比约定时间提前几分钟到。如果你被拦住了，或者不得不耽误一下，应事先给客户打个电话，表示歉意并另约时间。

细节 2：不要把车停在专用车位上

专用车位可能属于某个特殊人物。如果暂时找不到好的停车位置，可以问一下管理人员。你可以将车停在远离楼房的车场的一侧。（一般说来，重要人物的车都停在离楼房较近的地方）

细节 3：要将推销设备都放在车里

如果销售员随身携带宣传材料、样品和设备，不但无法空出手来与客户



寒暄，而且显得不亲切，有急于将货卖出之嫌。想一想，假如你走在大街上，那些拿着样品主动向你推销讲解的人，你会作何感想呢？因此，最恰当的做法是在与客户打过招呼，说声“对不起”后，再回头取东西。

细节4：仪表得体

调查显示，80%的人喜欢以貌取人，而人的外在表现力90%是由服饰来显示的。因此，作为一个销售员，在约见客户前尤其要注意自己的服饰是否整洁、得体，拜访客户时仪表是否大方、得体。如果你以一副不周的仪表出现在客户面前，客户会觉得你对他极不尊重，含蓄的客户会采取冷淡的态度，暗自决定不再与你打交道；遇到个性张扬的客户，可能连解释的机会都不给你。

细节5：入门有礼

如果是私人拜访，在客户门前要先按门铃或轻轻敲门，但是注意按门铃的时间不要太长，敲门的声音也不要太大。在按完门铃或者敲完门之后退后两步，等待客户开门，切不可擅自闯入客户家中。进入客户房间时，注意将鞋擦干净。客户会注意到这种尊重的举动，对你满脸热情。

如果是公务拜访，主要场所是写字楼、办公室等职场环境，会面的目的应以谈工作为主。来到职场应该大大方方，不要拘谨畏缩、探头探脑，更不要无视他人径直闯进别人的办公室，影响他人的工作。不能不顾别人闲忙一味闲聊，扰乱别人的计划和安排。当拜访对象正在开会或者接待其他客人时，则应该主动退在门外等候，而不应该进去站在一旁或在门口走来走去，妨碍他人。

细节6：举止得当

进入客户家中，不要主动落座。记住，一个人的家或办公室就是他的城堡。如果你应邀进入他的城堡，你就是客人，所以要像客人一样，而不能使自己像个入侵者。也不能单刀直入，进门就开始推销，应当把包放下，创造一种和谐的气氛。

未经邀请，不得参观客户的住房，即便是熟悉的客户，也不要随意去翻

动室内的书籍、花草以及其他陈设物品。假如你同客户不属于同一个种族或文化背景，对客户提供的食品和饮料也要欣然接受。这样会使客户感到自如，恰当地表明你没有歧视行为。环顾客户房间，你会发现一些对客户来说都是有纪念意义或客户喜欢的东西，所以，要提一提，客户会很欢迎的。

和客户在一起时，无论在哪里，都不要乱丢果皮纸屑。如果是在室内，要注意保持地毯、地板清洁；千万不能随地吐痰；吸烟要把烟灰弹入烟灰缸；不可用脚蹬踏桌椅沙发。

要注意避免和克服各种不雅举止。不可当着客户的面做一些难堪的小动作。如果实在忍不住要咳嗽或打喷嚏，要用手帕捂住口鼻，面朝一旁，并且尽量不要发出大声。

细节 7：让客户参与推销过程

让客户参与推销过程，不仅仅是口头上的，还要有行为上的参与。比如你可以让客户帮你安好展示装置，让他比较尺寸大小，颜色是否协调，或让他帮你找到零件插口。

在这一推销过程中，注意当你在客户家或办公室里时，常会有一些外来的不可控制的事件发生，比如被家庭其他成员打断，或有人敲门，或电话铃突然响了起来。假如发生诸如此类的情况，应停止展示，聊些比较随意的话题，直到事件结束，再慢慢回到主题上来。

细节 8：掌握时机，适时告辞

在拜访过程当中，销售人员要学会察言观色，把握告辞的时机。即使和主人谈兴正浓，当新客人到来时也应该尽快告辞，把时间让给新来的客人。告别时别忘记感谢主人的热情款待，对主人的家人和后到的新客也应礼貌地道别。主人送别时，应劝主人留步，并握手告别。对于公务事的拜访，办完公事应视情况把握辞别时间，现代人最重要的意识就是时间观念、效率意识，切不可在客户没有进一步交流意向时无故拖延，打乱客户的时间安排。

与客户的第一次见面是实现销售的第一步，这些看似简单的细节对销售