

普
华
经
管

正略钧策
ADFAITH



用情商

EQ拿订单

成为销售高手的16项情商训练

销售人员要想把工作做得有声有色，让业绩能够持续增长，培养过人的情商是至关重要的因素。

刘振中/编著

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

用情商拿订单

——成为销售高手的16项情商训练

刘振中 编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

用情商拿订单：成为销售高手的16项情商训练 / 刘振中编著. —北京：人民邮电出版社，2009.5
ISBN 978-7-115-19837-2

I. 用… II. 刘… III. 销售—商业心理学 IV. F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第026778号

内 容 提 要

这是一本专门针对销售人员情商训练的普及性读物。

全书分为16项情商训练专题，包含了关于情商的基本介绍、运用情商提升销售技能的原则以及提高销售业绩的基本技巧等内容。此外，书中还介绍了一些情商测评工具和练习。书中内容既可用于企业对销售人员进行培训，也可帮助销售人员进行自我训练。

本书读者对象为广大销售人员或对销售职业感兴趣的相关人士。

用情商拿订单——成为销售高手的16项情商训练

◆ 编 著 刘振中

责任编辑 贾福新

执行编辑 陈斯雯

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：16.5

2009年5月第1版

字数：168千字

2009年5月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-19837-2/F

定 价：33.00元

读者服务热线：(010) 67129879 印装质量热线：(010) 67129223

反盗版热线：(010) 67171154



企业界和商业界一直都试图利用情感的力量影响消费者的购买欲望和对品牌的忠诚度。大量的证据表明，销售人员在事业上能否成功，与其情商及其开发程度紧密相关。美国前总统布什曾说：“你能调动情绪，就能调动一切。”针对这一现实，我在实践基础上精心编写了这本《用情商拿订单——成为销售高手的16项情商训练》，旨在帮助广大销售人员学习和开发情商方面的潜能，使其在销售生涯中能够更多地利用情商的力量去促进销售。

本书力求帮助每一个销售人员都成为熟练的情感销售高手，书中内容集中在如何将情商的各方面知识运用到销售中。全书分为16项训练专题，主要包括情商对销售的作用和影响、了解自己的情感世界、保持积极的自我形象和工作态度、用自信应对销售中的困难局面、形成独立自主的思维习惯、寻找自我实现的内在驱动力、运用移情技巧提升业绩、人际关系的创立和维护、培养道德意识和社会责任感、主动适应各种社会现实、灵活应对各种销售情形、在压力下进取、提高问题解决能力和情绪控制能力等内容。此外，书中还介绍了一些具体的应用工具和练习，包括自我评估、情商练习、情商技巧、延伸阅读等内容，这些内容既可用于企业对销售人员的培训，也可用于销售人员的自我训练。

本书具有以下四个特点。

（一）实用性

情商潜能自己不会泉涌而至，需要我们去学习和开发。在情商的开发过程中，对事物、对销售的良好愿望也是必不可少的。销售人员只有积极地做好自己的工作、积极地对待产品、积极地处理客户关系，才能使情商得到开发。本书的16项专题，都是针对销售实际而设计的，结合了销售人员实际运用的情商技巧；同时，笔者在写作过程中总结并提供了一些与情



商有关的实用销售技巧。

（二）实践性

本书所列举的所有在销售中运用情商的例子，都来自于实际工作和相关研究中。可以肯定，广大销售人员也能为自己列举出许多这方面的例子。笔者在编写过程中减少了理论叙述，增加了实际运用的指导以及自我评估、自我训练等可以直接提高情商能力的材料，以帮助工作繁忙的销售人员快速掌握运用情商进行销售的方法和技巧。

（三）训练性

要想激励客户，首先要用情商激励自己。任何成功都是和自我修正紧密联系在一起。只有通过个人的自信、过硬的产品和得体的说服才能实现成功销售。情商能够培养我们对自身、对产品、对企业的信心，也同樣能激起我们对客户的热情。这本书的撰写充分考虑了销售人员自我修正的需要，提供了大量具体的自我评估工具和训练工具，销售人员可以很方便地进行自我认识、自我调整和自我完善。

（四）科学性

本书是在大量情商理论和实验研究的基础上撰写的，所运用的材料都是经实验和实践检验过的，具有较高的科学性。

我们希望，广大销售人员通过阅读本书能够有效开发自己的情商潜能，变得更富有亲和力；并能从我们的观点中得到有益的启发，增强自信心，提高销售能力，成为变化世界中的销售冠军，在通往成功的道路上取得长足进步。

本书在撰写过程中，参考了一些专家、学者的著作和观点，在此向各位表示衷心的感谢。尽管本书是精心撰写之作，但由于笔者水平的限制，定会存在一些不足，希望读者批评指正。

“情商”也是一种“精神”。我们应带着这种精神去做事，去生活，谁能掌握情商，谁就是胜利者！



训练专题1：认识销售世界中的情商 / 1

一、揭开情商的秘密 / 3

二、情商决定你的销售业绩 / 5

自我评估：评估你的情商 / 8

情商练习：情商技巧判断练习 / 10

情商技巧：提高情商的10个简单方法 / 12

训练专题2：了解自己的感情密码 / 13

一、认识你的思维 / 15

二、认识自己在销售方面的优势 / 16

三、明白自己从事销售工作的驱动力 / 17

四、将销售作为职业 / 19

自我评估：自我认知的评估 / 21

情商练习：用STEP模型认识自己的情感 / 22

训练专题3：自我肯定 / 27

一、保持积极的态度 / 29

二、给自己力量和信心 / 30

三、自我赞扬 / 32

四、自我暗示 / 34

自我评估：测测你的自我肯定程度 / 35

情商练习1：自我肯定练习 / 37



情商练习2：最佳表现练习 / 41

训练专题4：自信果敢 / 43

一、培养自信靠自己 / 45

二、解除你的思想包袱 / 47

三、建立自信 / 48

四、自信地应对客户 / 49

自我评估：自信心测试 / 51

情商练习1：自信练习 / 53

情商练习2：心灵对话练习 / 54

情商练习3：寻找自尊 / 55

训练专题5：独立自主 / 57

一、知道什么时候该自立 / 59

二、做你自己 / 59

三、学会说“不” / 60

四、养成主动思考的好习惯 / 61

五、对于正确的想法一定要保持自信 / 61

六、培养独立自主的力量 / 61

自我评估：独立自主能力评估 / 63

情商练习：内心的红绿灯 / 65

情商技巧：提高独立自主能力的4个技巧 / 67

训练专题6：自我实现 / 69

一、保持工作激情 / 71

二、用自我实现激励自己 / 72

三、树立成功信念 / 74





四、追求自己的专业化和个人发展 / 75

五、理解自己真正的销售使命 / 77

六、找到自我实现的驱动力 / 78

自我评估：自我实现的评估 / 82

情商练习：自我实现练习 / 83

训练专题7：移情作用 / 87

一、重视移情的作用 / 89

二、移情是一种销售技巧 / 90

三、在销售中培养移情能力 / 91

四、用道歉产生移情作用 / 94

五、以顾客容易接受的方式销售 / 94

六、用移情培养品牌忠诚 / 96

自我评估：移情能力测验 / 97

情商练习1：心灵剧场练习 / 99

情商练习2：感受他人的肢体语言练习 / 100

延伸阅读：培养自己的移情能力 / 101

训练专题8：人际关系 / 105

一、创造良好的第一印象 / 107

二、提高人际交往的能力 / 107

三、与顾客建立融洽的关系 / 109

四、积极地应对客户 / 112

五、应对麻烦的顾客 / 114

自我评估：人际关系能力的自我评估 / 116

情商练习1：设定人际关系方面的目标 / 118

情商练习2：构建人际关系网络练习 / 119

情商练习3：创建人情银行平衡表 / 120

训练专题9：增强社会责任感 / 123

一、遵守职业道德 / 125

二、品行正直 / 128

自我评估：评估自己在销售中的社会责任意识 / 130

情商练习：重新审视自己内心深处的价值观和道德标准 / 132

情商技巧：发现价值观的三种方法 / 134

训练专题10：适应现实 / 135

一、从容应对自己面临的真实处境 / 137

二、适应他人的沟通风格 / 141

自我评估：适应现实测验 / 142

情商练习：适应现实的个人练习 / 144

训练专题11：灵活处事 / 147

一、认识灵活处事的好处 / 149

二、在销售中灵活处事 / 151

自我评估：灵活处事能力评估 / 155

情商练习1：通过不同途径解决问题 / 157

情商练习2：区别你能够改变和不能够改变的事情 / 158

训练专题12：问题解决 / 161

一、保持积极的精神状态 / 163

二、利用解决问题导向 / 164

三、有效解决顾客投诉问题 / 165

自我评估：问题解决能力评估 / 176

情商技巧：解决问题的行为指南 / 177

情商练习：创造性问题解决练习 / 179

训练专题13：保持乐观向上的心态 / 181

一、乐观的心态能提高销售业绩 / 183

二、激发你的热情 / 185

三、消除悲观情绪 / 189

自我评估：测测自己的乐观指数 / 191

情商练习1：把握积极的思想态度 / 194

情商练习2：以不同的方式与自己对话 / 196

情商技巧：日常保持好心情的10条法则 / 197

训练专题14：使自己幸福快乐 / 199

一、保持积极的自我形象 / 201

二、明确什么对你是最重要的 / 203

三、保持工作热情 / 205

自我评估：工作与生活平衡状况的自我评估 / 207

情商练习1：寻找生活的激情 / 209

情商练习2：自我形象构建练习 / 210

训练专题15：增强压力承受力 / 213

一、认识压力的益处 / 215

二、在压力下进取 / 217

三、压力防御策略 / 225

自我评估：测试你的销售压力 / 228

情商技巧：应对压力的18条技巧 / 230

情商练习：放松练习 / 231



训练专题16：情绪控制 / 235

一、情绪控制的基本层面 / 237

二、培养情绪控制能力的八个步骤 / 239

自我评估：评估自己的情绪控制能力 / 247

情商练习：写自己的情绪日志 / 249

延伸阅读：通过锻炼控制情绪 / 250



训

练

专

题

1

认识销售世界中的情商



情绪是人类生命的中心，我们的生命不只包括亲友和周遭的人，还有每天接受服务时与我们互动的许多人。在体验经济中，大家越来越相信情绪在这些互动中起了重要的作用，而且时常成为销售过程的核心。顾客不一定永远是对的，他们会犯错，会忘记事情，会犯糊涂，但顾客永远是情绪性的。这就是说，他们在下订单或从事交易时永远是受情绪影响的，有时很强烈，有时几乎无法察觉。

一、揭开情商的秘密

（一）情商的含义

早期的科学家们把智商测量作为一种把优秀者从平凡人中区别出来的快速方法。不久，他们就发现了这种方法的弊端：许多人有着难以置信的智力水平（如擅长阅读、写作和计算），却不能与他人融洽相处，从而限制了自身的发展；同时，他们也发现了一些人，尽管只有一般的智力水平，却在事业和生活中取得了巨大的成功。这些现象引导着科学家进行了更为深入的研究，最终提出了智商之外的一个新概念——情商。

情商这个概念可以很好地解释为什么两个有着相同智力水平的人，在生活和事业中获得成功的程度会有非常大的差异。人的智商从一生长下来就基本是固定不变的，除非是由于受到外伤事故（如脑外伤）影响而减弱。智力是你学习的能力，它在你15岁和50岁时差异也是很小的；而情商则是一种容易学习的、有灵活性的技巧，是可以培养出来的。

（二）情商的组成

情商主要是指能够理解自己的情感，感受他人的情感，以及为了改善自己的生活控制情绪的能力。情商涉及很多内容，但主要包括5个方面的能力，以及在这5个方面的能力基础上进一步划分的15项能力，见表1-1。

表1-1 情商的组成

基本组成	二次分级
1. 个人方面	1. 自我肯定 2. 情绪认识 3. 自信果敢 4. 独立自主 5. 自我实现
2. 人际方面	6. 移情作用 7. 人际关系 8. 社会责任
3. 适应方面	9. 适应现实 10. 灵活处事 11. 问题解决
4. 乐观方面	12. 乐观向上 13. 幸福快乐
5. 控制方面	14. 压力承受 15. 冲动控制

1. 个人方面

个人情绪技巧水平高的人会清醒地意识到他们的感觉怎样，被什么激励，阻碍他们的是什么以及他们怎样影响别人。

2. 人际方面

人际技巧水平高的人能与他人进行有效的沟通并保持良好关系，他们会专注地聆听他人的发言，并用最恰当的沟通方式满足他人的独特需要。

3. 适应方面

适应技巧水平高的人能够适应各种变化，善于运用各种方法解决问题。

4. 乐观方面

乐观倾向高的人有着积极和向上的生活形象，他们的精神状态使他们能够一如既往地朝着目标前进，即使遇到挫折也不放弃。

5. 控制方面

情感控制技巧水平高的人善于冷静地处理压力，能够自如地应付情感



受压迫的环境，例如有效地应对环境变化或人际关系冲突。

二、情商决定你的销售业绩

（一）情感唤起购买

关于营销的故事表明，情感可以刺激购买兴趣、引导选择、唤起购买动机以及影响未来的购买决定。购买的想法并不只是毫无生气的精神活动，这些想法可以是令人兴奋的，可以包含强烈的喜好、厌恶、渴望和热情。情感加强欲望，也加强动机。

消费者最深层的意识唤起了情感，刺激了动机，指引着需求以及树立价值观。任何一度引起我们注意的事物都可以唤醒情感。情感是意图的兴奋剂，正是情感表达了意图或是事物对某个人重要性。说某一件事情毫无意义意味着它对我们没有情感上的重要性。在销售过程中，消费者暗中考虑了自己的价值观（审美学的、享乐主义的、道德的或是经济的），在这些价值观后面就是情感。正是我们在情感上的体验主要决定了我们的价值系统。这些价值反映了我们最想保持或提高的东西，比如自由、公正、生存，以及较低层次的重视的东西，例如，从愿意富一点而不是穷一点，能够把握生活而不是感觉受控制，拥有更高的而不是更低的自尊等。多数购买都是以个人喜好和厌恶等强烈情感为基础的。

（二）顾客永远是情绪性的

1. 顾客是会感动的

问某个人为什么要买某样东西时，他们的答案都充满了情绪：“我想要买。”“我需要这样的东西。”“我就是很喜欢它。”“我觉得这个东西值得我拥有。”“那个店员说我戴着很好看。”“我就是想挥霍一下。”“大减价，我看价钱很好就买了。”



2. 在消费体验中的情绪价值

情绪价值讲的是，顾客在接触企业组织和业务代表时的感觉或是所期待的感觉。这种感觉造成顾客想要再度光临或是一去不回的念头。情绪价值是一种概念，这种概念说到底，就是能否留住顾客。大部分顾客走进一家店面，无论有没有买东西，都会立即知道在情绪上受到的影响，而且那种感受一直会持续到离开之后，即使不很精确，但也大体能反映情绪上的感觉。为配合顾客越来越细腻的情绪，销售人员必须强化其所能提供的情绪环境，以维持竞争的优势。

3. 情绪告诉我们顾客的内心世界

顾客体验犹如一则则的故事，由各式剧情带出不同的经历。顾客光顾商店都各有其独特的体验，他们会记住一些事，虽然时常是下意识的，但这些事会影响他们的现实体验。顾客产生情绪，是因为对他们而言，有重要的事情发生了。如果某项服务交易对顾客没有价值，顾客便不会产生情绪。

(1) 情绪告诉我们，顾客如何评价服务人员的表现。两个人讨论有关交易，就是一种社会的互动。由于许多情绪都很短暂，社会互动的情绪可以很快地转变方向。从情绪的线索可以迅速看出，顾客及服务人员是否都有正面的感受。服务人员态度粗鲁、漠不关心、吝于协助，或是态度友善、表现关心而乐于协助顾客，这些态度都和顾客有很大关系，且顾客通常也会报以相同的态度。

(2) 情绪告诉我们，顾客可能会如何行动。如果顾客生气，就表示他们感觉在某种程度上受到威胁，而且准备攻击。如果顾客害怕，他们可能被迫逃离或永远不再回头。如果顾客感到高兴、快乐，他们可能会留久一点，而且会再度光临以感受更多的乐趣。

(三) 销售工作是一种情绪接触

在销售过程中，工作的意思就是“去取得”，情绪的意思则是“去感动”。销售工作不是一种中立的行为，而是一种充满正反两种情绪的行为。

