

看似平常绝非平常
不似诀窍胜似诀窍

● 于反 赵彦 编著

——销售员成功指南

怎样成为 销售高手



金盾出版社

怎样成为销售高手

于反 赵彦 编著

金盾出版社

内 容 提 要

在商品经济的大潮中,销售员的职位越来越受到社会的关注,越来越多的人将从事销售工作。销售工作难做,做销售高手更不易。本书从十个方面揭示了销售高手们取得成功的关键诀窍,是销售员渴望快速提升自己的业绩,跻身销售高手行列的金钥匙。

图书在版编目(CIP)数据

怎样成为销售高手/于 反,赵 彦编著. —北京:金盾出版社, 2009. 2

ISBN 978-7-5082-5359-6

I. 怎… II. ①于…②赵… III. 销售—方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 141952 号

金盾出版社出版、总发行

北京太平路 5 号(地铁万寿路站往南)

邮政编码:100036 电话:68214039 83219215

传真:68276683 网址:www.jdcbs.cn

封面印刷:北京精美彩色印刷有限公司

正文印刷:北京蓝迪彩色印务有限公司

装订:北京蓝迪彩色印务有限公司

各地新华书店经销

开本:787×1092 1/20 印张:14.3 字数:260 千字

2009 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

印数:1~10 000 册 定价:26.00 元

(凡购买金盾出版社的图书,如有缺页、
倒页、脱页者,本社发行部负责调换)

序

——邻桌的销售高手

本书是为那些希望了解销售高手的诀窍，同时有志于成为销售高手的人而写的。

各行各业的高手都有自己的诀窍，销售高手也不例外。所谓的“销售高手”，并非个个都是俊男靓女、一表人才，也并非个个都八面玲珑、能言善辩。然而，他们都有一套赢得销售成功的诀窍。这些诀窍带有鲜明的个性特征，是高手们手中点石成金的魔棒，靠它们将自己与一般销售员区分开来。

在你所认识的人中间，甚至在与你相邻的办公桌旁，有没有你所仰慕的“销售高手”？如果有，你有没有注意观察过他们，并试图从他们身上寻找成为高手的诀窍呢？如果你以前没有这样做过，那么从现在起，你应该留心观察你的周围，找到一个或几个可以作为榜样的销售高手。

判断一个人是否是真正的销售高手，除了以业绩的好坏作为硬性指标外，还应该看他在个人修养和知识、技能等方面的表现，以评估他的综合实力。总的来说，销售高手有一些最基本的共性：

●人品高尚——人品是一切事业成功的基础。我国古人把“修身”放在“齐家、治国、平天下”之前，是很有道理的。蒙牛集团董事长牛根生先生说过一句耐人寻味的话，那就是“小胜凭智，大胜靠德”。销售高手们正是如此，他们一般人品出众，视友情为财富，不会把挣钱当做唯一的目标。事实上，一个人越是如此，越能名利兼收。

●知识完备——一位销售高手，往往既能在自己的领域具备行家的水准，对其他学科也有广泛的涉猎。人们都喜欢和知识丰富的人交往，当然也愿意和他们做生意。俗话说得好，“台上一分钟，台下十年功”。销售高手们的渊博学识，也是多年来坚持不懈地研究和学习的结果。



●擅长时间管理——销售员的时间、精力是有限的，面对纷繁复杂的事务，必须合理安排时间。在其他因素相同的情况下，谁能挤出更多的时间与客户面谈，谁就能提高销售额。

●擅长分析——销售员每天会获取大量信息，必须善于归类、分析，去伪存真，透过事物的表面深入问题核心，分清谁是主要客户，谁是次要客户，这是一种极为重要的能力，能让他们在销售工作中事半功倍。

●擅长预测——销售高手必须具备从他人角度来理解和判断局势的能力。在与客户打交道时，他们会尽力去预测客户的想法，并对客户可能说的话、可能实施的行为做好充分的准备，从而与客户建立更密切的关系。

●擅长沟通——沟通的基本技能是听和说。销售高手既能用心倾听客户的话，体会其中的真实意思，同时还能从客户的需要出发，说出能让客户接受的话，说服客户购买自己销售的产品或服务。

一位真正的销售高手，应该在这些方面都做得十分到位。如果你身边有这样的人，那么建议你向他们学习，同时树立这样一种信念：总有一天，我会做得和他们一样好，甚至比他们还好！本书将有助于你实现这一目标。

编 著 者



目 录

销售高手诀窍之一

——比一般人多一点野心

传说中的“销售高手”	(1)
选择比努力更重要	(5)
挑战百万年薪	(12)
把梦想变成白纸黑字	(17)
立即行动起来	(23)

销售高手诀窍之二

——做自己害怕的事情

迈过恐惧这道“坎”	(27)
几分钟的勇气决定一生	(29)
没有拒绝就没有销售	(33)
世上没有签不下的单	(37)
坚持做对的事情	(39)
笑对失败就是成功	(41)

销售高手诀窍之三

——先把自己销售出去

高手销售的是自己	(44)
第一印象是成功的一半	(49)
心态决定成败	(57)
有自信才有人信	(60)
倾注你全部的热情	(63)



幽默是一种智慧	(68)
---------------	------

销售高手诀窍之四

——掌控时间是一门艺术

时间就是生命	(71)
时间就是业绩	(73)
怎样让时间“多”起来	(75)
时间在坚持中升值	(80)

销售高手诀窍之五

——做顾问而不是销售员

当好“上帝”的顾问	(85)
“上帝”是什么样的人	(90)
顾问首先是专家	(96)
销售的目标是双赢	(98)

销售高手诀窍之六

——不打无准备之仗

锁定你的准客户	(103)
怎样约见准客户	(111)
拜访前做足功课	(118)
怎样做好第一次拜访	(126)
大客户的开发	(138)
学会“跟踪”客户	(142)
掌控客户心理四步曲	(144)
客户的需要就是努力的方向	(151)



销售高手诀窍之七

——细节决定成败

人情练达是销售	(162)
不要吝惜你的赞美	(171)
不要忽略肢体语言	(176)
笑容是最好的赠品	(183)
学习超级说服术	(188)
当一个好的听众	(198)
做一个“问题”高手	(204)
产品推介话不在多	(216)
突破价格的障碍	(223)
学会随机应变	(229)
建立自己的“销售模式”	(231)

销售高手诀窍之八

——成交时无招胜有招

掌握成交时机	(233)
理性应对拒绝	(242)
不拘一格成交法	(253)

销售高手诀窍之九

——到处找水不如修好渠道

成交不是销售的结束	(259)
服务要任“劳”任“怨”	(260)
将友情进行到底	(263)
有渠水自来	(265)



销售高手诀窍之十

——在自己身上多投点资

教育是最好的投资	(270)
学习总是进行时	(272)
挣脱“短板”的制约	(275)



销售高手诀窍之一

——比一般人多一点野心

传说中的“销售高手”

高手中的高手

在销售界,乔·吉拉德、原一平、柴田和子、汤姆·霍普金斯、克莱门·史东、弗兰克·贝格特、博恩·崔西等都是声名显赫的人物,他们好比篮球场上的乔丹、约翰逊,足球场上的贝利、马拉多纳,堪称高手中的高手。

那么,什么样的人能称之为“销售高手”?当然,这要用销售业绩说话。首先,让我们见识一下几位世界顶尖销售高手的骄人业绩:

★世界上最伟大的销售员——乔·吉拉德

在汽车销售领域,至今还没有人能够撼动乔·吉拉德的至尊地位。用以下数字可以说明这一点:世界上汽车经销商的平均销售量是每周7辆,而吉拉德单枪匹马,就能连续12年平均每个工作日销售6辆车,荣登世界吉尼斯纪录大全世界销售第一的宝座,这一记录至今无人能破。在15年的销售生涯中,他总共卖出了13001辆车,而且全部是一对一销售给个人的。“世界上最伟大的销售员”这一称号,乔·吉拉德当之无愧。

★世界“销售之神”——原一平

他生于20世纪初,27岁进入日本明治保险公司,成为一名“见习销售员”,36岁即成为日本保险业的销售冠军,业绩超过百万美



元,成为世界保险业“百万圆桌会议”(YDRT)会员,并创造过世界销售的最高纪录。在长达50年的销售生涯中,他获得了亿万财富,是因销售保险而享誉世界的第一人!

★房产销售之王——汤姆·霍普金斯

他是全世界单年内销售最多房屋的房产销售大师,平均每天卖一幢房子,3年内赚到3000万美元,27岁就跻身千万富翁的行列,至今仍是房产销售吉尼斯世界纪录的保持人。目前,汤姆·霍普金斯创办了国际销售培训机构,向全世界梦想成功的人们传授销售知识,被公认为“销售冠军的缔造者”。

★日本保险女王——柴田和子

她31岁进入日本“第一生命株式会社”,38岁首次登上“日本第一”的宝座,此后16年蝉联日本销售冠军,1988年更创造了世界寿险销售第一的业绩,因此荣登吉尼斯世界纪录,此后逐年刷新纪录。她一年的收入达到17亿日元(约3亿人民币),与西方保险泰斗班·费德曼并称为人寿保险业的奇才。

★美国寿险业“超级营销大王”——弗兰克·贝格特

他每年承接的保单都在100万美元以上,曾创下了15分钟签下25万美元的最短签单纪录,在保险业初期创造出令人瞩目的奇迹。成功学大师戴尔·卡耐基对贝格特非常推崇,多次在著作和演讲中引用他的经典案例。

这些听起来像是一个个“神话”,但却实实在在是由“人”创造的。为什么这些顶尖高手能创造如此的奇迹呢?是因为他们出身豪门,享有得天独厚的资源吗?还是因为他们天赋异禀,具有一般人难以超越的才华?抑或是他们好运当头,命中注定就能做出一番伟大的事业?

高手是怎样炼成的

对于以上的问题,答案是不言而喻的。出身、学历、好运……这些都不是他们获得巨大成功的主要原因。在全世界的销售大师中,大多数人都出生于普通的家庭,根本没有什么高贵的血统和天赋的才华。事实上,他们甚至有过比一般人都更落魄的经历。

乔·吉拉德生于一个贫民家庭,9岁就开始给人擦鞋、送报,赚



钱贴补家用,16岁成为一名锅炉工,在那里染上了严重的气喘病,说话口吃。在35岁之前,他是个全盘的失败者,换过40多个工作仍一事无成,甚至当过小偷,开过赌场。35岁时,他从事建筑生意破产,负债高达6万美元。迫于无奈,他走进了一家汽车经销商的大门,从此开始了自己辉煌的销售生涯。

原一平童年时代顽劣不堪,曾因用刀划破老师的后背,得了个“混世魔王”的外号,渐渐为乡里所不容,只好孤身去东京闯荡。他成年后的身高也只有1.45米,其貌不扬,应聘时遭到面试官的轻视,后来虽勉强“赖”进了公司,但有一段时间竟穷得吃不起午饭,只能步行上班,晚上露宿公园。但9个月后,他就做出了超额7.8万元的不俗业绩,在公司一鸣惊人。

汤姆·霍普金斯从小生性顽劣,曾被学校勒令退学,连望子成龙的父亲都对他不再抱有什么希望。退学后,他在一个建筑工地搬运钢筋,同时开始尝试销售。在从事销售的前三个月,他的总收入是150美元。这样惨败的业绩维持了整整半年,他穷困潦倒,吃饭都成了问题。后来,他参加了世界第一激励大师金克拉的一个为期五天的培训,从此发生了脱胎换骨的变化。他利用学到的销售理念和技巧,一步步迈向了销售事业的巅峰。

柴田和子貌不惊人,又矮又胖,10岁就死了父亲,没有任何特殊的身份背景。进入保险公司的时候,她已是两个孩子的母亲。公司要求她写出300位熟人的名单,这竟成了她的一个大难题,因为她当时认识的人根本不到100个,她只好乱编了300个名字蒙混过关,连过世亲人和未出世的孩子的名字都在其中。在公司的销售队伍中,她真是普通得不能再普通了。但后来呢,只有她为全世界所熟知。

弗兰克·贝格特从事保险销售之前,曾是著名的职业棒球选手。在一次比赛中,他的手腕不幸受伤,不得不退出球坛,进入费城的菲特列人寿保险公司。有一个时期,他因为销售屡屡失败,甚至已做好了放弃这份职业的打算。但他最终还是凭着一股激情和执著,成为世界首屈一指的销售大师。

可见,这些顶尖销售高手,都是经历过“风雨”的洗礼,才拥有了“彩虹”般绚丽的人生。正如那首《真心英雄》所唱的:“没有谁能随随便便成功”,也正应了西方那句谚语:“如果一个人不曾有过



和泪咀嚼面包的经验,那么这样的人生是乏味的。”

说到这里,你一定想知道,销售高手都是怎么炼成的?用世界级保险销售大师克莱门·史东的一句话来说就是:“一个人要成为销售高手,不是靠学历、声望和地位,而是靠自信、耐力和雄辩。”

或许在你眼里,这几位世界顶尖的销售大师就像高悬在头顶的明星,星光闪耀,却高不可攀。那么再往下看,在全球顶尖的销售大师之下,是同样不同凡响的所谓“超一流销售员”。据美国最近的一项调查表明,人数不足1%的超一流销售员,其平均业绩达到一般销售员业绩的300倍。换算成工作时间的話,这些超一流高手一天的业绩,与普通销售员一年的业绩相当,这也够让人惊讶的了。

再让我们把眼光放到近处,环顾一下自己周围的那些“销售高手”们。我们都知道这样一个规律:在许多行业里,80%的业绩都是由20%的销售员创造出来的,而另外80%的销售员则仅仅分享了20%的业绩。职场“80/20法则”,在销售领域同样发挥着效力。

不管你销售的是什么产品或服务,假如你已跻身行业前20%的销售员之列,那么,你应该感到欣慰,因为你已配得上“销售高手”的称号。下面,你的目标应该是成为超一流的销售员,乃至在不远的将来问鼎销售大师的宝座。如果你尚在80%的普通销售员之列,那么先问问你自己,想不想尽快迎头赶上,成为行业前20%的销售高手呢?



高手诀窍 ABC

据销售界一种流行的观点,要成为顶尖的销售高手,除具备一般人的品质外,还必须同时具备以下条件:

哲学家的头脑——思维缜密,能很好地把握销售的整体及各个环节;

宗教家的精神——在遭遇挫折时不屈不挠;

学者的知识——深入了解所销售的商品,并体察顾客的心理;

雄辩家的口才——以情动人、以理服人,能说服顾客接受自己的主张;

外交家的风度——使自己在举手投足之间,使人顿生好感;



社会改革家的胸怀——急顾客之所急,提供完善的服务;

运动员的体魄——避免自己被紧张而繁琐的工作压垮。

这些要求虽然看上去较为苛刻,却道出了销售工作的真谛,是每一个销售员努力的目标。

选择比努力更重要

“人人都是销售员”

“人人都是销售员”——这是原一平的一句经典名言。“销售之神”是如此论述一个人一生的“销售”事业的:

人人都是销售员,任何事都与销售有关。从你诞生以来,你一直都在进行销售。婴儿哭闹个不停,于是妈妈将他抱在怀里,将奶嘴塞到他的嘴里。你小时候用哭闹向妈妈销售,得到的订单就是牛奶和妈妈的怀抱;当你稍大一些的时候,你就装模作样地销售你的天真、活泼和可爱;等你知道钱可以买东西的时候,你又采取“赖皮式销售法”,一直哭到父母给你零花钱为止;后来,你向父母销售你的看法,拿到钱来买这买那;你向老师销售,要求他给你高点的分数;你向恋人销售感情,你的第一次约会销售,说服对方相信你能给他(她)带来“安全、幸福和快乐的一生”;你向朋友销售“忠诚、关心、体贴和永不磨灭的友谊”;你向上司销售你的建议;你向儿女们销售为人处世的道理;你向部下销售你的决策;你向社会销售你的理论。

至于不同职业的人,其实也都在进行销售,尽管他不一定被称为“销售员”:

演员向观众销售表演艺术,发明家销售自己的发明,律师向法官销售辩护词,老师向学生销售文化知识,传教士销售宗教教义和“进入天堂的门票”,政治家销售政见,作家销售故事,画家销售美感,男人销售自己的风度和才华,女人销售自己的温柔和美丽,时装模特销售一定的线条和流行色调。



谁是世界上最有权势的人？大多数人会说是“美国总统”。是的，美国总统都是最出色的销售员。你看美国总统大选的时候，候选人总是不辞辛苦地巡回演讲，走街串巷，脸上挂满笑容，表现得极为随和。他们亲切地与民众拥抱握手，用动听的演说宣传自己的政见，有时凝重沉静、悲天悯人，有时则慷慨激昂、针砭时弊。他们做出的种种姿态、种种承诺，难道不是一种“销售”吗？其主要目的不也是让选民接受他，投他的票吗？当年克林顿竞选的时候，甚至当众表演起了他的“绝活”——萨克斯，这种独具特色的“促销”活动为他最终当选加上了一块重要的砝码。即便是当上了总统的，也时时身负销售的重任。当年里根总统访华前曾慷慨陈词：“我将以一名销售员的身份到那里去，尽一切努力销售，甚至在我的提包上贴一张‘请买美国货’的标签。”……

连美国总统都离不开销售，生活中又有谁能离得开呢？在现代中国，销售员愈来愈得到社会的认可。各企业最受欢迎的人才、也最感缺乏的人才，就是高级销售人才。但是，由于长期受士、农、工、商等级观念的影响，“轻商”甚至“贱商”的思想还残存在不少人的脑子里，给我国的整个销售环境带来一定的负面影响。同时，由于销售员自身素质参差不齐，影响了销售员的整体形象。为了塑造销售员这个群体的“精英”形象，每一位销售员都有责任学习销售高手的诀窍，用销售高手们的做人和做事标准来严格要求自己，从而为社会谋求福利，为自己创造幸福。

销售——迈向精英之路

在揭示销售高手的诀窍之前，让我们先来了解一下销售行业的特征和前景。对于所有的销售员而言，这都是必不可少的一课。

让我们从美国著名管理学家彼德·德鲁克的一个预言开始。他在一部著作里说了一句话：在未来 20 年内，将有大约 80% 的企业将聘请曾经当过销售员的人出任公司总经理之类的高级职务。

作为闻名世界的管理学大师，德鲁克的论断自然有其深刻的道理。在世界商业史上，许多公司的总裁或高级管理人员就是从销售员做起的。这有一定的必然性。

对现代企业而言，销售就是“生命线”。企业产品的销售状况，



对企业的生产、经营和效益会产生最直接的影响。有人说“没有销售就没有企业”，这种说法或许有点夸张，但在一定程度上也说明了销售对企业的重要性。在社会的生产和人们的生活中，销售是必不可少的一个环节。如果有一天，企业生产的每一种产品都能到达需要它的地方，或者消费者都能成为极端专业和理性的人，那么销售就会变得无足轻重。但这种情况尚未发生，而且永远也不会发生。所以，销售是商业社会必不可少的一种职业，现在是，将来也是。

销售是造就万能选手的摇篮。销售工作的乐趣之一，就是可以与各式各样的人打交道。尤其对销售高手们来说，这是一件非常有意思的事情。销售高手喜欢和各种人打交道、交朋友，他们的客户遍及各行各业，这也使他们自己跨越了产业的界限，更容易成为社会精英中的一分子。此外，在自己的工作中，销售高手不仅获得了克服挫折的力量，而且还获得了关于人性的知识，这些对经营公司都是绝对必要的。所以，能把销售工作干好的人，转而从事企业管理工作，会比较容易取得成功。

19世纪，石油大王洛克菲勒创建的标准石油公司里，有一名销售员名叫阿基勃特。当时，标准石油公司每桶石油的售价是4美元，公司的宣传口号就是：每桶4美元的标准石油。这个阿基勃特有一个古怪的习惯，只要有签名的机会，他都不忘写上公司的这句口号。出差住旅馆时，购物买单时，给朋友写信时，他都会在自己名字的下方，工工整整地写上“每桶4美元的标准石油”。甚至有时他不写自己的名字，而只写这句话代替签名。时间久了，他就获得了一个外号——“每桶4美元”。

4年以后的一天，洛克菲勒听说了这件事，非常感动，于是邀请阿基勃特共进晚餐，当洛克菲勒问他为什么要这么做时，阿基勃特说：“作为销售员，这是我必须做的事，没有什么大不了的！”洛克菲勒对阿基勃特十分赞赏，随后就委以重任。又过了5年，洛克菲勒因病卸职，将董事长一职交给了阿基勃特。这一任命出乎所有人的意料，包括阿基勃特自己。但结果证明，洛克菲勒的这一任命是英明的。在阿基勃特的领导下，标准石油公司获得了很大发展。

一个像阿基勃特这样以老板心态对待自己工作的销售员，或许会长期默默无闻，但他们总会有出人头地的那一天，并有望成为



企业的栋梁之材。

在今天的世界各国,销售这一职业已变得愈来愈重要,销售员的队伍在不断扩大,地位也在稳步提高。在欧美、日本等发达国家,销售早就是一个令人羡慕的职业。民意测验显示,在各种职业的政治地位、经济地位排行榜中,销售员均名列前茅。在美国,销售员的收入超过美国总统的比比皆是。而在日本,每年都要颁发销售方面的奖项,荣获大奖的冠军销售员会声名远播,受到举国敬重。一代销售大师原一平还曾在销售方面有突出贡献获得过“四等旭日小绶勋章”,而当时的日本首相福田赳夫也只得到过稍低一等的“五等旭日小绶勋章”。

从个人发展的角度看,销售这一职业称得上是展现个人能力的最佳舞台,是个人攀登事业高峰的一条捷径。这项工作富有挑战性、刺激性和创造性,能将个人长期的劳动成果累积起来,呈现出一个明确的结果。在一个企业里,可以说除了老板和高管人员外,就只有销售员能最大限度地享用公司资源。只要肯付出自己的智慧和汗水,每一个销售员都有获得高薪的机会。所以,想在企业里迅速成长的人,就一定要进销售部门,这也是很多著名企业家的选择。

世界公认的商业奇才——李·艾科卡从普林斯顿大学毕业后,进入福特汽车公司当了一名设计师。他为自己订立了一个远大目标:35岁时当上福特公司的副总裁。但渐渐的,他觉得设计工作无法实现他的抱负,只有销售工作可以。于是他毅然离开设计部门,进入销售部门,成为一名汽车销售员。在从事销售工作的十几年中,他成功地将自己培养成一名优秀的销售和企业管理人才。后来,他果然实现了自己的目标,在30多岁的时候就成为福特公司的副总裁,后来又成为总裁。在著名的福特公司和克莱斯勒公司,艾科卡都创下了极为辉煌的业绩,成为全球企业家中的教父级人物。

据说,世界上80%的百万富翁都是从做销售起家的。一个成功的销售员,不但经济上的收益超出一般人,同时也会拥有巨大的精神财富,树立起积极向上的生活态度。这些,是销售工作赢得有志之士一致青睐的原因。

