

金融危机下提升销售业绩的有效方法 职业生涯中晋升百万年薪的最佳读本

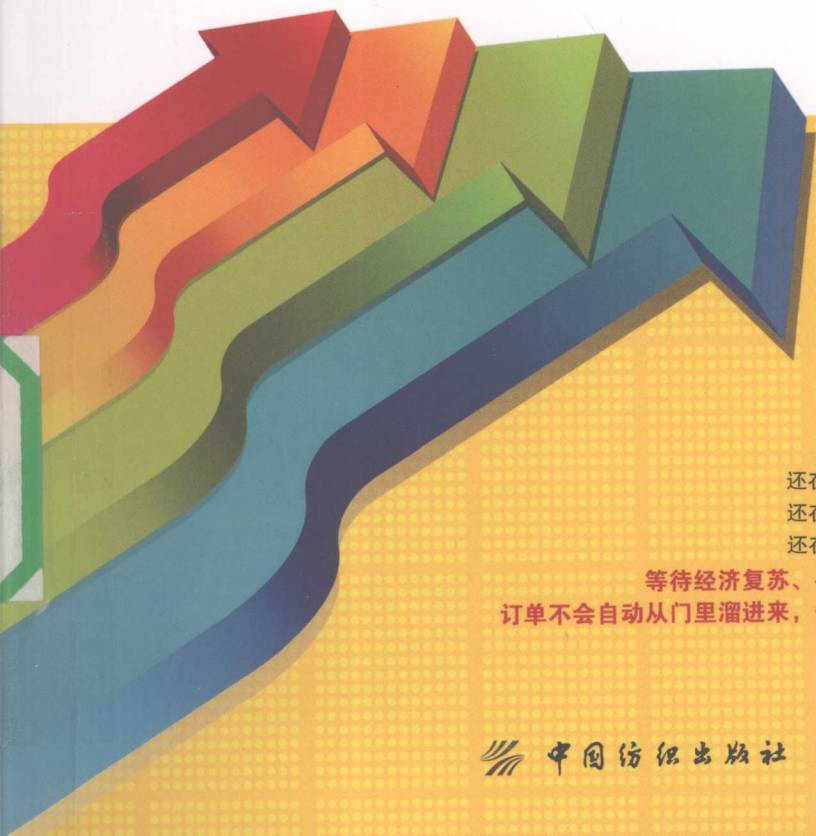
为什么 没有业绩

——提升销售业绩的48个技巧

THE DETAILS ABOUT BECOMING TOP SALES

【日】三宅寿雄 著
王宝玲 译

实用的销售技巧、全新的销售理念，让
你突破思维障碍，轻松实现业绩提升。



为什么没有业绩？

还在抱怨公司产品不好，让你失去了客户吗？

还在怪罪全球金融危机，断送了你的订单吗？

还在大骂销售任务太重，使你没有年终奖吗？

等待经济复苏、寻找借口、守株待兔——统统没有用！

订单不会自动从门里溜进来，你的每一份业绩都是自己努力换来的。

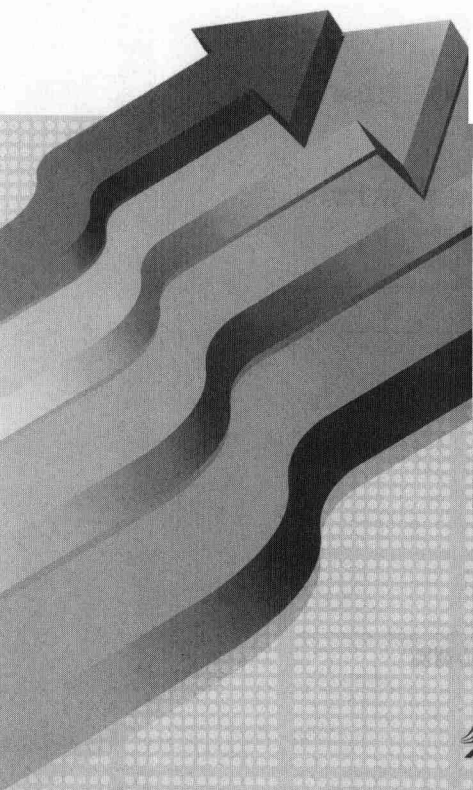
中国纺织出版社

金融危机下提升销售业绩的有效方法 职业生涯中晋升百万年薪的最佳读本

为什么 没有业绩

——提升销售业绩的48个技巧
THE DETAILS ABOUT BECOMING TOP SALES

【日】三宅寿雄 著
王宝玲 译



 中国纺织出版社

内 容 提 要

“为什么没有业绩?”作为领导你常常会这样问下属。

“为什么没有业绩?”作为销售员也常常会这样自问。

是公司的产品没有竞争力?是市场竞争太激烈了?是目前经济不景气?不要再找客观原因了,作为一名销售员,没有业绩的原因主要是你自己。

这是一个要求销售员“自立”的时代。现在无论哪一个行业都是买方市场,销售员必须对自己的产品了解透彻,再加上有效的销售技巧才能实现产品的成交。本书不但颠覆了传统观念,让你重新认识何谓销售,更重要的是向你传授了实用的销售技巧,让你在面对客户时突破障碍,成功赢取订单,用业绩成就自己!

图书在版编目(CIP)数据

为什么没有业绩:提升销售业绩的48个技巧/(日)三宅寿雄,王宝玲著. —北京:中国纺织出版社,2009.4

ISBN 978-7-5064-5509-1

I. 为… II. ①三… ②王… III. 企业管理:销售管理 IV. F274
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 017931 号

策划编辑:曲小月 特约编辑:侯剑芳 责任印制:周 强

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

北京华戈印务有限公司 各地新华书店经销

2009年4月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:15

字数:150千字 定价:24.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



做一个自立的销售员

这是一个要求销售员“自立”的时代。

无论哪一个行业,目前基本都处在一种成熟、饱和的状态,市场上某种商品急速畅销的繁荣景象在未来将越来越难以见到,尤其是目前全球经济环境不景气,市场很难在短时间内快速恢复或是改善,这种情况将会更加突出。也就是说,销售员即使对产品一知半解,凭着一股冲劲,努力销售,也能取得好业绩,这样的时代即将结束了。

笔者这里所说的销售员“自立”,指的是“不受市场环境左右,即使产品改变或转换公司,同样能顺利将产品销售出去,展示出良好的销售能力”。相信这是所有销售员所追求的最高境界。但在很多销售员眼里,这种境界只是“纸上谈兵”,现实中很难实现。其实不然。销售工作是为数不多的门槛低、又有机会赚大钱的工作之一。也就是说,销售工作充满机遇和竞争,它不一定要你有多高的学历,但是要求你有一定的学习能力。只有通过不断地实践、学习、训练,才会将问题的症结——为什么滞销、为什么没有业绩……融合在销售活动里,以此让你锻炼出绝佳的销售能力。

销售员只有自立了,才能应对一些客观环境的变化。比如:遭遇全球经济不景气、多功能媒体时代的真正来临等。因为,无论时代如何改变,“NO

SALE, NO JOB (没有销售,就没有事业)”的事实是不会改变的。

也正因为如此,能“自立”的销售员往往更能受到公司的重视,其跳槽或创业受限程度也较小。总之,21 世纪是销售能力领军的时代。

其实,“销售能力”不单单只限于销售员,它对于任何人来说都是一种不可或缺的能力。在我们的生活中,不难发现有这样一些人:

一个忠厚老实的人却找不到知心的朋友;

一个工作敬业的人却得不到重视;

一个勤奋工作的人却得不到相应的评价;

依照自己的计划去做,却无法实现最初的愿望;

.....

为什么会有这样的情况呢?最主要的原因就是这些人缺乏“实现自己、推销自己、征服他人”的“销售能力”。

本书的读者对象虽然是销售员,但希望非销售员看了之后也能有所收获。因为良好的销售能力会给你生活的各个方面都带来好处,而且与缺乏销售能力的人相比,拥有销售能力的你成功的几率更大。

本书有两个特点:第一,在每个章节的结尾都附有“案例学习”,这些案例都是笔者在培训中遇到的一些真人真事,放在书中与大家共同分享,目的即在于对前文的理论加以证明和深化,弥补了很多此类图书只有理论阐述或者只有方法技巧却没有案例学习的缺点;第二,本书在结构安排上形成了一个非常完整的体系,第一章是笔者对销售工作的全新解释,第二章到第四章是笔者在工作和培训中总结出来的一些实用、有效的销售技巧,对提升业绩大有帮助,最后一章是与读者一起分享如何面对销售员的职业倦怠,比如销售员要做一份完美的职业生涯规划、工作中经常为自己解压等。

最后,希望每一位销售员对自己的工作都有一个正确的认识,都能掌握一套有效的销售方法。相信大家读过此书之后一定会业绩大增!



第一章 颠覆传统观念,重新认识何谓销售

“销售就是卖东西。”“找不到别的工作,就先做销售试试吧。”“销售要面对客户的拒绝、上司的斥责、同事的排挤,简直不是人做的。”……

还在用这些观点来看待销售吗?如果是这样你就大错特错了。拒绝在生活中无处不在,斥责是因为你的业绩不好,排挤是你自己的心理在作怪。

销售是一种本能,是每个现代人都要具备的能力。

销售员提升业绩的第一步就是:颠覆传统观念,重新认识何谓销售。

1. 每个人都是天生的推销员 / 3
2. 推销商品前,先推销自己 / 5
3. 没有哪项工作比销售更具挑战性 / 8
4. 顶尖销售能力并非天生 / 12
5. 不要心存试试看的心里 / 16
6. 80/20 法则的应用 / 19
7. 销售员就像算命先生 / 22
- 案例学习 欧先生创业成功的秘诀 / 25



为什么没有业绩

——提升销售业绩的48个技巧

第二章 夯实职业基础,练好销售基本功

一名优秀的棒球选手最重视基本动作,因为只有这样,他们才能保证在任何情况下拥有最佳状态,发挥最佳水平。同样,要想培养销售能力,提高销售业绩,最重要的是要具备稳扎稳打的基本功,因为扎实的基本功是好业绩的开始。

优秀销售员与平庸销售员之间的差别,最明显之处就在于“销售基本功不同,学习能力有差异”。只要打好销售基本功,一切便能得心应手,工作也不再单调、枯燥,而是变得更有激情、更有成就感。

- 8. 巧妙化解客户的心防 / 35
- 9. 充分掌握产品知识 / 40
- 10. 了解客户,事半功倍 / 44
- 11. 销售 PDCA 步骤 / 50
- 12. 敏捷的行动力是成功的关键 / 53
- 13. 勤奋是提高业绩的基础 / 56
- 14. 诚恳有礼为你带来好业绩 / 60
- 15. 有时倾听比说话更重要 / 64
- 16. 正确看待你的竞争对手 / 69
- 17. 介绍产品专业才能赢得客户 / 73
- 18. 没有签约就不算完成销售 / 76
- 案例学习 以“常走,常听”为座右铭的销售员 / 81



第三章 找到正确方法,立即提高销售业绩

所谓“成功一定有方法”,提高销售能力要从多方面入手,比如如何不被客户拒绝、有效的沟通能力、与客户高效成交、准确处理客户异议等。而且这些能力不但刚刚入职的新销售员要积极学习,一些资历比较老的销售员也要不断巩固。

- 19. 把握销售六阶段 / 87
- 20. 实现与客户的高效成交 / 91
- 21. 销售高手的秘密武器——写作能力 / 95
- 22. 销售员必须活用信息 / 100
- 23. 善用网络寻找目标客户 / 105
- 24. 提出好建议是胜负的关键 / 108
- 25. 引导客户提出问题 / 113
- 26. 明白“考虑一下”的意思 / 115
- 27. 让客户为你介绍客户 / 119
- 28. 开拓思路,与别人想的不一样 / 125
- 29. 做个有魅力的销售员 / 129

案例学习 每天坚持寄 10 张明信片,荣登销售

女王宝座 / 132



第四章 瓦解销售障碍,创造优秀业绩

不是只有销售工作才会遇到障碍,任何工作、任何事情都是如此,所以,从这一刻起,不要再抱怨“产品不好”、“经济不景气”、“同行竞争太激烈”了,更不要恐惧、逃避,你需要做的是端正心态,找到瓦解障碍的方法。只有这样你才能为自己创造提升业绩的机会,才能让自己更加成熟、勇敢地面对未来的挑战。

30. 欢迎客户抱怨 / 139

31. 如何不被客户拒绝 / 143

32. 洞悉异议背后的真相 / 150

33. 处理客户异议的七个步骤 / 154

34. 处理客户异议的方法 / 157

35. 巧妙处理价格异议 / 163

36. 有效率地管理时间 / 168

37. 与客户交流的时间要简短 / 173

38. 与客户建立良好的人际关系 / 175

39. 适当让步,换取客户认同 / 179

40. 如何处理客户退货 / 182

案例学习 采用“建议型销售”在竞争中获胜 / 187



第五章 做好充分准备,这是充满艰辛和挑战的职业

销售工作是充满挑战、诱惑和自豪的,困难重重是挑战,高额回报是诱惑,自己业绩领先则是自豪。这个职业尤其适合那些刚刚走出校园的朝气蓬勃、激情四溢的年轻人,但是,你要做好准备,因为这也是一份充满艰辛的工作。

- 41. 做好职业生涯规划 / 195
- 42. 避免陷入一成不变的常规中 / 199
- 43. 乐观面对一时的不顺 / 203
- 44. 为压力找个出口 / 206
- 45. 如果与上司有隔阂怎么办 / 211
- 46. 恐惧是否曾让你放弃销售 / 214
- 47. 永远不要停止学习 / 219
- 48. 感恩你的每一位客户 / 221
- 案例学习 N先生的10年销售经历 / 224

第一章

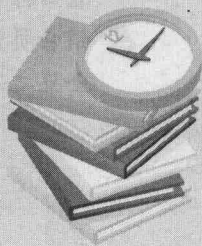
颠覆传统观念， 重新认识何谓销售

“销售就是卖东西。”“找不到别的工作，就先做销售试试吧。”“销售要面对客户的拒绝、上司的斥责、同事的排挤，简直不是人做的。”……

还在用这些观点来看待销售吗？如果是这样你就大错特错了。拒绝在生活中无处不在，斥责是因为你的业绩不好，排挤是你自己的心理在作怪。

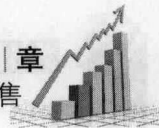
销售是一种本能，是每个现代人都要具备的能力。

销售员提升业绩的第一步就是：颠覆传统观念，重新认识何谓销售。



本章精彩观点

- 销售对任何一个企业来说都犹如命脉,而销售员正是这条命脉的缔造者。
- 推销商品前,先推销自己。
- 销售工作并非人人都能做得来的,能做销售工作的人都不简单,可以说,他们都是高情商的人。
- 既然已经做了销售,那么就必须拥有一份激情和责任感,不能心存“试试看”的心理,要把销售当成自己的事业来对待。
- 销售员最忌开始时说得天花乱坠,而在产品成交后却又完全置之不理。



1. 每个人都是天生的推销员

从小到大,我们每个人都在进行自我推销。不管你是什么人,从事何种工作,无论你的愿望是什么,若要达到目的,你都必须具备向别人进行自我推销的能力。可以说,生活中的我们无时无刻不在扮演着推销员的角色,只不过,我们推销的往往不是有形的产品,而是自己的思想、观点、成就、服务、主张和感情等。只有通过自我推销,你才能取得成功,才能实现你的美好理想,才能达到你的目的。也就是说,我们每个人其实都是天生的推销员。

我们可以按自己年龄的顺序来思考一下曾经的推销行为:

当我们还是四五岁的小孩时,想向父母亲要求某些事情时,你会怎么做呢?首先会努力扮演一个好孩子,摆出一副很听话、很乖的样子,以博取父母的好感,接下来再观察父母的表情,如果父母看起来心情不错,我们便开始下一步行动。这其实就是一种高明的“推销行为”,父母是我们的客户,而我们所推销的产品则是自己的主张,我们要想尽办法取悦客户,最终把自己的主张推销出去,得到他们的同意!

再长大一点,我们上小学了,“讨好”老师的行为也是一种推销。每个人都希望老师喜欢自己,讨人喜欢的日子比起惹人厌的日子显得更轻松。因此,我们会在老师面前表现得很有礼貌,并且每天回家做好功课以博得老师的喜爱。



为什么没有业绩

——提升销售业绩的48个技巧

上高中之后,不管男孩女孩都开始对异性感兴趣了。为了引起对方的注意,我们开始注重自己的外表,比如剪一个适合自己的发型,注意裤子是否合身或裙子是否漂亮等。也就是说,我们总是希望自己的一举一动能引起异性的注意,从而轻松结交异性朋友。这也可以算是“推销行为”的一种。

进入大学阶段,我们运用推销行为的范围逐渐扩大,而且也更加注意技巧了。因为在这一时期,很多大学生都意识到了推销的重要性,自己会有意识地锻炼这方面的能力。另外,大学生与社会接触的机会也在逐渐增加,这也使得我们开始有目的地累积个人的“推销能力”。

在步入社会以后,真正的“推销行为”更为明显,我们的第一堂课就是“推销自己”。为了顺利找到一份好工作,我们想尽办法将自己热情、积极的性格特质以及能为公司作贡献的能力表现出来,希望能够得到公司领导的青睐。

等到真正步入职场后,我们每天都在为讨人喜欢、提升个人信赖度,或为贯彻自己的主张、争得领导较高的认可而不懈努力。

随着年龄的增长,到了三四十岁,我们的“推销行为”有增无减。企业经营者、专家学者、家庭主妇,老师……无论处在什么职位,我们仍是一位推销员。每一天,我们都在向别人推销自己的观念、自己的产品、自己的服务以及自己的公司等。当然,更重要的还是推销我们自己。我们的推销也许很巧妙,也许很拙劣;也许经过苦心设计,也许不知不觉;也许是成功的,也许是失败的。但在整个人生过程中,我们一直在推销。

“推销是一种本能,人的一生都在推销。”只要我们认识到了这一点,从思想中树立正确的推销意识,然后再加以主观训练并持续下去,那么无论是在工作还是生活中,我们所做的每一件事都能增加成功的可能性。



所以,本书所指的销售和一般人想象的销售不一样,这种销售行为也许并不一定要与商品、金钱有关系,但我们所追求的目的和结果却是一样的。比如说,自我表现、让别人对自己产生好感、与人有效沟通、达成自己的目标、感染他人等这些行为,正是所有专业推销员的行动目标。

换句话说,如果我们能切实做到上述这些行为的话,自然可以成为一名专业的推销员,从而成功地将商品推销出去。

虽然推销员是一种特殊的职业,但并非只有推销员才需要具备这些能力,凡是关系到人生旅途中与他人的种种互动行为,都具有推销的性质。推销是人类行动的本能,也是一种最高境界的行为模式。

2. 推销商品前,先推销自己

销售员进行销售的最终目的是成功地把自己公司的产品销售出去。毫无疑问,销售员必须销售成功才有饭吃,在产品销售出去后,更要确保产品使客户满意,这样才能有下一次的销售机会。这就需要销售员具备出色的销售能力。那么,所谓的“销售能力”究竟指的是什么呢?那就是销售员在销售产品的过程中必须做到“展现自己、推销自己、说服他人”。

在销售员所必备的“展现自己、推销自己、说服他人”这三条能力中,“推销商品前,先推销自己”是每一位销售员首要奉行的法则。原因是:任何客户都会有害怕受骗的心理,所以在销售过程中,销售员最忌开始时说得天花



为什么没有业绩

——提升销售业绩的48个技巧

乱坠,而在产品成交后却又完全置之不理。一般而言,客户很少与来历不明的销售员交易。因此,有经验的销售员都会先让客户感到放心,得到他们的信任,随后才进一步展开销售,进而实现成交。这就是销售员在销售商品之前必须先推销自己的道理所在。

乔·吉拉德曾说:“推销的要点是,你不是在推销商品,而在推销你自己。”这位世界上最伟大的销售员还撰写了一部名为《怎样销售你自己》的著作,来阐述他的这一经典思想。

关于销售员如何成功地推销自己,我们将会在第二、三章详细介绍,在此先将必备的要点列举如下:

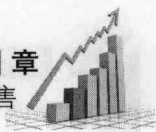
◆ 推销自己首先要从仪表开始。在销售员见到客户尚未开口说话时,客户对你一无所知,给他留下第一印象的正是你的仪表。仪表包括仪容和着装。一个销售员只有在这两方面多加留意,才会让自己更有魅力,才会给客户留下好印象。

◆ 以一流的礼节接待客户。俗话说:“如果礼节是一流的,其他所有的都是一流的。”销售员以一流的礼节与客户交往,自然是给客户吃了一颗“定心丸”。

◆ 具备倾听的能力。仔细倾听对方说话是一种尊重,也是一种礼貌,你倾听的时间越长久,客户就越喜欢接近你。

◆ 微笑面对客户。微笑是一种力量,是销售中投资最少、收效最大的方法。微笑是健康的性格、乐观的情绪、良好的修养、坚定的信念等几种心理基础素质的自然流露。微笑面对客户能提高成交的几率。

◆ 简单明了的说明。简单明了的说明是每位“亲切、有礼的销售员”必须具备的沟通技巧;相反,倘若无法简单扼要地介绍产品内容,就很容易被



客户认为是“啰嗦、不够专业”的销售员。

◇ 适时提出建议。客户对能够提出好建议的销售员,通常较容易产生信赖感。

做任何事情都有个限度,一旦超过这个限度就得不偿失了。推销自己的时候也是如此,销售员如果把握不好,推销自己就变成了吹捧自己或者出卖自己了。

(1) 推销自己,而非吹捧自己

销售员推销自己的原则是让客户信任自己,从而购买自己的产品。因此,销售员无需对自己的能力、以往的“辉煌”经历等夸夸其谈。如果一味地强调这些方面,会被客户看成是吹捧自己,引起客户反感。与应聘者在领导面前的自我推销不同,销售员的自我推销要把自己专业、诚恳、可信的一面展示给客户,至于其他方面可在以后的交往中慢慢体现。

(2) 推销自己,不要出卖自己

当我们提到“出卖”时,通常想到的是“出卖别人”,但事实上,我们也有“出卖自己”的时候。在销售过程中,如果把握不好推销自己的尺度,也会“出卖自己”。乔·吉拉德在他撰写的《如何推销自己》一书中讲了这样一件事:



实例展示

有一位搞建筑的商人,参加完一座大楼的招标会后告诉乔·吉拉德:
“吉拉德,我是得不到这笔生意了。”