

普
华
经
管

正略钧策
ADFAITH

销售高手完美签单系列



这样卖才对

销售高手的N个签单技巧

—— | 刘体国 / 编著 | ——

一看就懂，一学就会，一用就灵

N个签单技巧助你决胜千里
成为销售高手不再是梦想



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

销售高手完美签单系列

汽车这样卖才对

——销售高手的N个签单技巧

人 民 邮 电 出 版 社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

汽车这样卖才对:销售高手的N个签单技巧/刘体国编
著.—北京:人民邮电出版社,2009.3
(销售高手完美签单系列)
ISBN 978-7-115-20407-3

I. 汽… II. 刘… III. 汽车—销售—基本知识 IV. F766

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第013851号

内 容 提 要

本书针对汽车销售人员在售车过程中遇到的各种情境,有针对性地介绍了各种销售方法和技巧,内容全面而实用。书中包括汽车销售人员塑造自身形象的技巧、接近客户的技巧、说服客户的技巧、与客户沟通的技巧、展示与介绍汽车的技巧、应对客户异议的技巧、促成交易的技巧和售后跟踪服务的技巧,包罗万象,事无巨细。

本书汇集了众多汽车销售人员的销售经验和技巧,可以帮助汽车销售人员迅速提升汽车销售技能。全书结构合理,内容通俗易懂,图文并茂,书中配有大量情境模拟和实际案例,有助于汽车销售人员深入领会,快速吸收。

本书将助你破茧成蝶,让你在最短的时间内掌握销售汽车的技巧,创造一流的汽车销售业绩,成为汽车销售高手。

销售高手完美签单系列

汽车这样卖才对——销售高手的N个签单技巧

◆ 编 著 刘体国

责任编辑 李宝琳

执行编辑 张国良

◆ 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:14

2009年3月第1版

字数:120千字

2009年3月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-20407-3/F

定 价:28.00元

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

反盗版热线:(010) 67171154

前 言

汽车销售是容易创造销售奇迹的黄金领域。世界著名的营销大师乔·吉拉德就是一位汽车销售人员，在15年的汽车销售生涯中，他以零售的方式销售了13 001辆汽车，其中六年平均售出汽车1 300辆。乔·吉拉德所创造的汽车销售最高纪录至今令销售从业者仰慕。

汽车市场在我国也正值高速成长期，市场的前景无疑令人心动。随着汽车销售行业竞争的加剧和国内汽车消费者的日益成熟，从事汽车销售业务的人员越来越多，从而使得汽车销售工作的难度也越来越大。

汽车销售人员常常感到迷茫和困惑：

为什么购车者频频只看不买？

为什么我越殷勤，客户越疏远？

为什么我的工作做得这么到位，客户还是挑三拣四？

为什么车型条件与客户要求差不多，客户还总在犹豫？

为什么好不容易要达成的交易，在即将成交的时候，客户却突然变卦？

为什么别人的业绩总比我高？

为什么做汽车销售人员这么难……

这一切只能从自己身上寻找答案！汽车是大宗商品，促成汽车成功销售的要素往往十分复杂，导致客户内心变化的内外在条件极多。除了汽车性价等自身因素外，你的业绩不理想可能是你的韧劲不够、你的态度不佳、你的形象不好、你的服务不周、你的反应不快、你的技艺不精、你的工作不细……你让客户产生了疏离，你让客户产生了疑虑，你让客户产生了畏却，你让客户产生了反感……

可以这样说，现在的汽车销售工作已经成为了高难度、高技术、高技巧、高专业化的职业。作为销售高手，既要满足客户的需求，又



要达到销售的目的；既要让不同层次的客户满意，又要为公司和个人赢得利润。你需要有心理学家的特质、沟通高手的才智、销售大师的睿智……所以，汽车销售是一门艺术，既是平民艺术，又是贵族艺术；既是一门大众的艺术，更是一门高雅的艺术。

一个细节处理稍有闪失就可以让一单生意泡汤！要想取得好成绩，汽车销售人员必须将工作做到最精、最细、最实、最密！没有最好，只有更好！你要时刻注意努力地提升自己的销售技能和推销水平，在激烈的竞争中，打造出属于自己的核心竞争力！

彼得·伊利亚德曾说：“今天你如果不生活在未来，那么，明天你将生活在过去。”卖汽车，如果你不设法提升自己的销售能力，那么，你将走在别人的身后，成为一个落伍的汽车销售人员，最终将被残酷地淘汰！

如何提高技能、提升自我呢？首要任务就是要学习成功的销售技法和借鉴国内外成功的汽车销售经验和技巧。只有认真总结、自我修炼、不断实践，迅速提高自身的专业素养，不断适应新形势和要求，才能成为卓越的汽车销售王。

本书是汽车销售经验的智慧库，集国内外卓越汽车销售人员的销售经验、技法之大成，其中既有乔·吉拉德等汽车销售宗师的真知灼见，更有一大批国内汽车销售高手提供的成功锦囊。阅读本书，将使你踩在巨人的肩膀上，少走弯路，迅速提升技能。

本书是汽车销售业务的百宝箱，针对汽车销售人员在售车过程中的各种情境，有针对性地介绍了各种方法和技巧，内容全面而实用。包括塑造自身形象的技巧、用汽车说服客户的技巧、与客户沟通的技巧、展示与介绍汽车的技巧、回答客户提出异议的技巧、建议客户购买与促成交易的技巧和售后跟踪服务的技巧，包罗万象，事无巨细。

本书是汽车销售技能提升的金钥匙，结构合理分明，直观性很强。考虑到汽车销售人员时间紧，销售任务繁重，本书内容通俗易懂，图文并茂，能让你轻松阅读。书中配有情境模拟和大量实景案例，有助

于汽车销售人员深入领会，快速吸收。

汽车销售人员不仅要用“脚”去“做”，更要用“脑”去“做”。本书的栏目设置精彩纷呈，部分模块中有与消费者的对话功能，让销售人员能站在客户的角度换位思考问题，给销售人员以思考与回味的空间和余地，从而避免推销综合症，使汽车销售人员从根本上理解销售的本质，提升自我销售境界。

本书将助你破茧成蝶，让你在最短的时间内掌握好销售汽车的技巧，打造一流的汽车销售业绩，成为高水平的汽车销售人员。本书既能外修，又能内练。熟读本书，将使你从容地直面各种严峻挑战，并品尝到付出艰辛努力之后所带来的成功喜悦和快感，打造出属于自己的一片海阔天空，不断向乔·吉拉德一样的销售宗师创造的销售纪录迈进！

在本书编写的过程中，徐慧霞、张林负责资料的收集、整理以及图表的编排，成振柯、梁芳菲参与编写了本书的第一、二章，刘晓臣、李现梅参与编写了本书的第三、四章，刘跃娟、刘体国参与编写了本书的第五章、第六章，马福存、侯忠义参与编写了本书的第七章，全书由刘体国撰定稿。本书在编写过程中还得到了一些汽车销售专家的指导。

在此向为本书付出辛勤劳动的各位作者一并表示感谢。另外，由于作者所学有限，书中难免有纰漏或不尽人意之处，敬请读者不吝指正。

编者

2009年1月

目 录

第一章 汽车销售人员的基本素质	1
第一节 塑造良好的形象吸引客户	2
第二节 用规范、得体的语言赢得客户的好感	5
第三节 心态决定成败——好心态才有好业绩	10
第四节 对你的车要了如指掌	15
第五节 转变观念——你的工作不是卖车，而是帮客户买车	17
第六节 具备丰富的汽车专业知识和销售知识	21
第二章 接近客户，激发客户的需求	25
第一节 接近客户前先做好市场分析	26
第二节 在客户进来的前三分钟不要骚扰他	29
第三节 密切关注客户发出的接近信号	32
第四节 客户今天不买车，未必明天不买	35
第五节 他打算买桑塔纳，但他也许更需要帕萨特	40
第六节 客户的动机你要猜	42
第七节 声东击西，化解客户的戒心	46
第八节 瞄准消费决策者	48
第九节 学会与不同类型的客户打交道	51
第十节 灵活应对客户的不同反应	54
第三章 用汽车说服客户	59
第一节 将汽车的优势转换成客户的利益	60
第二节 一个都不能少——汽车展示要点	63
第三节 六方位绕车介绍法	65
第四节 展示说明要讲究方法	69
第五节 有技巧地推荐、介绍你的汽车	73



第四章 用试乘、试驾拴住客户	79
第一节 试乘、试驾，让客户亲身感受	80
第二节 一看——一个都不能少	83
第三节 二摸——手感也是评判标准	86
第四节 三听——依靠声音识别发动机的好坏	87
第五节 四开——让客户试驾	89
第六节 五停——检查发动机和水箱温度	90
第七节 新手客户试驾，试出“放心车”	90
第五章 有效应对客户的异议	95
第一节 不怕拒绝，正确对待异议	96
第二节 追根溯源，找出客户拒绝的原因	97
第三节 掌握客户异议的类型	101
第四节 把握客户异议的处理时机	106
第五节 用反驳法处理客户异议	112
第六节 用间接否定法消除客户异议	114
第七节 用补偿法平衡客户异议	117
第八节 用询问法化解客户异议	120
第九节 用转化法解决客户异议	122
第十节 用推迟处理法化解客户异议	124
第十一节 用预防法“扼杀”客户异议	127
第十二节 用不理不睬法“忽视”客户异议	130
第十三节 用举例说明法消除客户异议	132
第六章 促进成交，完美签单	135
第一节 别让自己成为成交的绊脚石	136
第二节 正确报价，注重方法	140
第三节 适时请求，直接成交	146

第四节	适当优惠，让步成交	150
第五节	激将成交法——请将不如激将	153
第六节	从众成交，煽起攀比之心	156
第七节	激发客户的购买欲望	159
第八节	密切关注成交信号	162
第九节	抓住成交的最佳时机	167
第十节	适时提出购买建议	171
第十一节	把握成交，掌握要领	175
第十二节	临门一脚，促成签单	180
第十三节	巩固跟进成果，促成交易	186
第十四节	有备而战，按步交车	191

第七章	成交只是成功的开始	197
第一节	做好客户的汽车顾问	198
第二节	永远把客户放在第一位	202
第三节	做好跟踪，扩大战果	204
第四节	正确对待交易失败	207
第五节	有效处理客户的投诉	209

第一章

汽车销售人员的基本素质





第一节 塑造良好的形象吸引客户

汽车销售是与人打交道的工作。在销售过程中,汽车销售人员与汽车产品处于同等重要的位置。汽车销售人员的外在形象和言谈举止都会影响到客户对汽车的选择。相当一部分客户决定购买汽车是出于对销售人员的好感、信任和尊重。所以,汽车销售人员首先应该学会“推销”自己,让客户接纳自己,愿意与自己交往,喜欢听自己对汽车的介绍和讲解。只有这样,销售人员才能在与客户接触的过程中成功地卖出产品。

汽车销售人员要想塑造具有吸引力的好形象应做到以下几点,如图1-1所示。

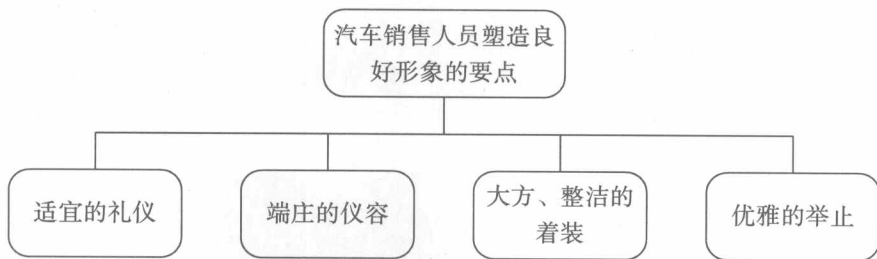


图1-1 汽车销售人员塑造良好形象的要点

1. 适宜的礼仪

在汽车销售中,礼仪既是“通行证”,又是“润滑剂”。汽车销售人员能否成功,礼仪是重要因素之一。客户都喜欢值得信赖、彬彬有礼的汽车销售人员。如果汽车销售人员不懂礼仪,就可能会破坏与客户沟通的氛围,从而导致交易中断。所以,汽车销售人员应该在平时就养成诚恳、热情、友好、谦虚的美德,要自然地表现出礼貌,而不是刻意地修饰和做作。当要坐下来详细介绍汽车时,要先请客户坐下,主动为客户倒水沏茶,接待客户时要做到善始善终。



汽车销售人员打招呼时，称呼要恰当，这样会让我感到亲切；汽车销售人员递名片时，要面带微笑，并保持适当的距离；接名片要用双手，恭恭敬敬；与我握手时，要注意握手的礼仪：男女有别，握手的先后、力度、距离、时间、表情、心态和视线；通电话时语言应简洁、明了、文明、礼貌；尽量不吸烟。

2. 端庄的仪容

汽车销售人员的仪容是给客户留下的第一印象。仪容的好坏与销售成败有着直接的关系。汽车销售人员的仪容主要包括头发、脸庞、眼睛、鼻子、嘴巴、耳朵等。在销售过程中，汽车销售人员应给客户留下大方、整洁、得体的印象，这样，不但会让自己更加自信和神采飞扬，同时，也会赢得客户的信任 and 好感。

修饰自己的仪容，改善和维护自己的形象，应做到洁净、健康、自然。尤其是女性汽车销售人员，还要适当化妆，注重化妆的礼仪，做好仪容保健工作。

3. 大方、整洁的着装

汽车销售人员良好的着装可以满足客户视觉和心理方面的要求。汽车销售人员大方、整洁的着装能给客户留下良好而深刻的第一印象。汽车销售人员的服装既是一种社会符号，也是一种情感符号。在汽车销售过程中，汽车销售人员的着装占有很重要的地位。现在汽车销售公司一般都要求员工统一着装，这不仅能很好地体现企业文化，而且，销售人员统一的外在形象也提升了企业的整体形象。汽车销售人员着装要大方，要统一化以便客户识别，在工作时间不要佩带过多的饰物。当然，汽车销售人员的着装还要符合个人的性格、身份、年龄、性别、环境、风俗习惯等。



汽车销售人员的着装应干净整洁，时尚有美感，以扬长避短的方式展现自己的最佳外形。男性汽车销售人员应着正装、打领带，鞋袜要得体。女性汽车销售人员的着装应注重亮丽而不俗气，佩戴首饰应注意分寸。

4. 优雅的举止

在与客户的交往中，优雅的举止是汽车销售人员给客户的一张无形的名片。汽车销售人员应具有端正的坐姿、站姿，稳健、轻松的行姿，含蓄、高雅的手势，充满魅力的微笑，炯炯有神的目光。这既能体现汽车销售人员的自信、能力和修养，又能赢得客户的好感，更能亲近他人，从而使沟通更加顺利，给自己带来成功。

汽车销售人员良好的外在形象和表现可以给客户留下较好的第一印象，汽车销售人员要特别注意自己的礼仪、仪容、服饰和形体。

特别提示

规范礼貌的语言也是塑造好形象的方式之一。汽车销售工作是通过语言来沟通各种信息的。接待客户靠语言，展示汽车靠语言，与客户进行洽谈也靠语言，甚至说服客户、达成交易的时候也靠语言。任何一个阶段，都必须通过语言的交流取得销售的成功。因此，汽车销售人员要塑造具有吸引力的好形象，还应注意语言礼仪。这在下面将做详细的介绍。

第二节 用规范、得体的语言赢得客户的好感

由于销售人员给客户的印象常常是能说会道、夸夸其谈，有时甚至是油嘴滑舌、无中生有、自我炫耀。因此，很多客户对销售人员抱有一种排斥心理。所以，汽车销售人员千万不能把自己的汽车产品说得天衣无缝、无懈可击。一旦汽车销售人员给客户留下上述印象，只怕是连公司的形象都要被毁掉了。而规范的言辞可以让汽车销售人员赢得客户的信任。

语言得体、规范，要求汽车销售人员注意以下方面，如图1-2所示。

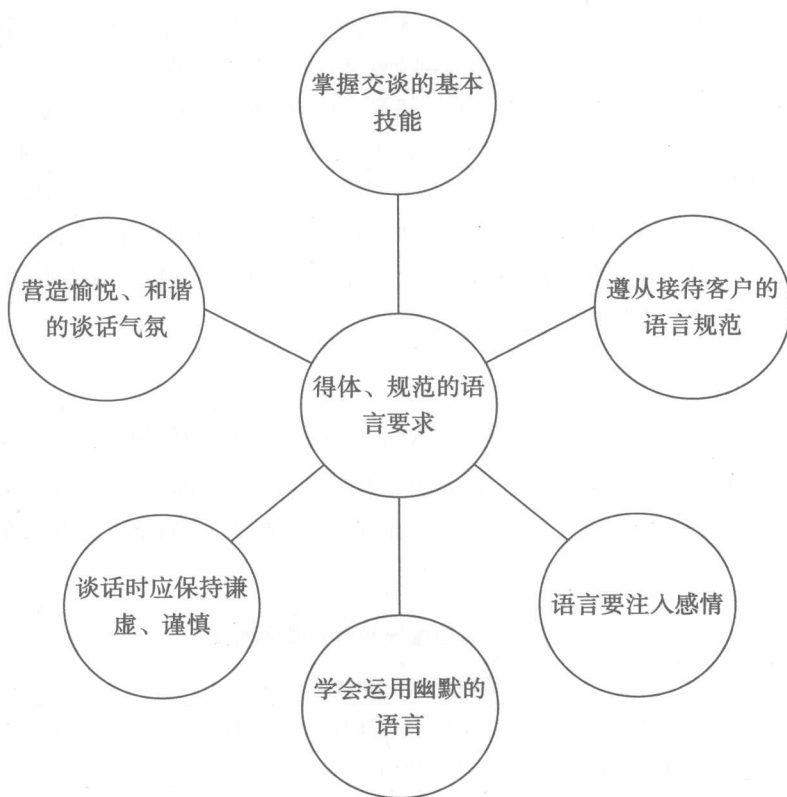


图1-2 得体、规范的语言要求



1. 掌握交谈的基本技能

在汽车销售的过程中，汽车销售人员应掌握的基本交谈技能如表1-1所示。

表1-1 汽车销售人员应掌握的基本交谈技能

汽车销售人员应掌握的基本交谈技能
谈话时要做到表情自然、语言亲切、表达得体。说话时手势要适当，动作幅度不要过大，更不要手舞足蹈。谈话时切忌唾沫四溅
参与谈话先打招呼，如果别人正个别单独谈话，不要凑前旁听。如果有事需要和某人说话，应等别人说完。对第三者参与谈话，应以握手、点头或微笑表示欢迎。谈话中遇有急事需要处理或离开，应向谈话对方打招呼，表示歉意
交谈时不涉及疾病、死亡等话题；不谈荒诞离奇、耸人听闻和黄色淫秽的话题，更不要随便议论宗教问题。不要询问女性客户的年龄、婚姻等状况，不应谈及对方长得胖瘦、身体壮弱、保养得好坏等。不直接询问对方的学历、工资收入、家庭财产、服饰价格等。谈话不批评长辈、身份高的人员。不讥笑、讽刺他人
汽车销售人员应让话题感人，激起客户共鸣：先让自己为话题感动，再好的话题，汽车销售人员自己不为所动，必然无法感染客户；就地取材的话题比较容易引起共鸣；观念性话题更易于与客户交流沟通；独创、新颖、幽默的话题较受欢迎

2. 营造愉悦和谐的谈话气氛

汽车销售人员在与客户交谈时，应使交谈双方都能感到本次谈话的愉悦氛围。谈话时既不能使客户尴尬，也不能使自己窘迫。要想营造愉悦和谐的沟通氛围，汽车销售人员应做到以下几点，如表1-2所示。

表1-2 营造愉悦和谐的谈话气氛

营造愉悦和谐的谈话气氛
在与客户交谈时，应使用表示疑问或商讨的语气，这样可以更好地满足客户的自尊心，从而营造出一种和谐愉悦的谈话气氛
汽车销售人员交谈的话题和方式应尽量符合客户的特点，应准确地把握客户的性格、心理、年龄、身份、知识面、习惯等

(续表)

营造愉悦和谐的谈话气氛
汽车销售人员在说话前应考虑好话题,对谈话涉及的内容和背景、客户的特点、交谈的时间和场景等因素,都应给予重视
汽车销售人员应用简练的语言与客户交谈,应注意平稳轻柔的说话声音、适中的速度和清晰的层次
出言不逊、恶语中伤、斥责和讥讽对方,都是汽车销售人员应该杜绝的。常言道:“利刀割体痕易合,恶语伤人恨难消。”而适当赞美客户会使客户感觉如春风拂面。赞美客户时,措辞应得当。在交谈中,如果客户有“无礼”的表现,要以宽容的态度对待。如果客户心不在焉,或者显示出焦急、烦躁的神情,汽车销售人员应考虑暂时中断交谈
汽车销售人员应控制好自己的情绪和举止。可用适度的手势配合谈话的效果,但也要得体。在人多的地方,不可以只和某一位客户交谈,而冷落旁人

3. 谈话时应保持谦虚、谨慎

谦虚也是一种礼貌。在与客户初次见面时,汽车销售人员的自我介绍要适度,不可锋芒毕露,这样会给你的客户夸夸其谈、华而不实的感觉。如果为了表示谦虚和恭敬而自我贬低也是不可取的。要想给客户留下诚恳坦率、可以信赖的印象就必须做到自我评价时实事求是,恰如其分。

4. 学会运用幽默的语言

幽默这种机智和聪慧的产物可以用奇巧的方式来表达感受。但是,毫无意义的插科打诨并不代表幽默。幽默既是一种素质,又是一种修养;既是一门艺术,又是一门学问。汽车销售人员如果能够巧妙运用幽默的语言会使自己的工作轻松不少。

5. 语言要注入感情

汽车销售人员切忌用生硬、冷冰冰的语言来接待客户。在汽车销售过程中,不可忽视情感效应,它可以起到不可估量的作用。僵硬的语言会挫伤客户的购买信心,而充满关心的话语往往可以留住客户。



6. 遵从接待客户的语言规范

在汽车销售人员接待客户的过程中，还应注意语言规范。语言能传递汽车销售人员的素质和水平。对汽车销售人员来说，文明礼貌的用语是十分重要的。汽车销售人员在为客户服务时应注意以下礼貌用语，如图1-3所示。



图1-3 汽车销售人员应注意的礼貌用语

(1) 迎宾用语

“您好，您想看什么样的车？”

“请进，欢迎光临我们的专卖店！”

“请坐，我给您介绍一下这个车型的优点。”

(2) 友好询问用语

“请问您怎么称呼？我能帮您做些什么？”

“请问您是第一次来吗？是随便看看还是想买车？”

“我们刚推出一款新车型，您不妨看看。不耽误您的时间的的话，我给您介绍一下好吗？”“您是自己用吗？如果是的话您不妨看看这辆车。”

“好的，没问题，我想听听您的意见行吗？”

(3) 招待介绍用语

“请喝茶，请您看看我们的资料。”

“关于这款车的性能和价格有什么不明白的请吩咐。”

(4) 道歉用语

“对不起，这种型号的车刚卖完了，不过一有货我马上通知您。”