

Lan Yan Ling

兰彦岭 著

NBS

销售模式

世界500强企业训练销售精英的终极秘诀

民主与建设出版社

导 读 NBSS 销售模式

兰彦岭

在这里，我想很负责任地告诉你，这是我花了 12 年的时间研究出来的一个全新的课程，我称之为无法抗拒的销售魔法。在课程中我融会了好几个世界大师的经验和智慧，第一位是世界第一名的房地产销售金氏纪录保持者汤姆·霍普金斯，他连续十年平均每一天可以卖出一套房子，他 27 岁的时候就不需要工作了，因为他选择退休了，退休的原因是他已经赚了一辈子也花不完的钱，我想你也梦想着过这样的生活吧。第二位是世界第一名的汽车销售冠军——乔·吉拉德。他从 35 岁那一年才开始卖汽车，却从此彻底改变了自己的人生和命运，他连续 11 年卖出了 13000 多辆汽车，至今无人能及。第三位是世界级的效率提升大师博恩·崔西，他具有丰富的实战和培训经验，同时他也是一位极有思想的销售大师。还有世界上最伟大的催眠大师马修·史维、谈判大师罗杰·道森、行销之神亚布拉罕、心灵导师安东尼·罗宾、客户服务大师大卫·弗兰多等，他们都是我喜欢和欣赏的世界级人物。

我曾在一个世界五百强排名第 212 位的公司做过业务员、高级业务主管、讲师、培训经理，公司斥资数百万与美国麦肯锡、行销协会合作共同打造来了一个课程——NBSS，按照中文翻译是“需求导向式销售”。按照这样的

一个销售流程来做，在这个过程当中是没有顾客会拒绝你的，因为整个销售流程完全是站在客户的立场上去看问题、考虑问题、解决问题的，一切都是在尊重顾客并在顾客同意之下进行的，按照整个过程的每一步做下来都会演变成顾客自己的选择，所以你的销售不会遇到拒绝。

我学的是市场营销专业，毕业 12 年来从事的 3 份职业都是销售工作，每一次都是从最低层的业务员做起，最后在单位里做到最高级别直至总经理。这里面的一些东西是非常有效的，我连续 12 年来不断地学习、不断地实践，大量地学习、大量地行动，获得了很多体会，我在这里可以保证，不管你以前上过多少销售课程，我的课程一定会给你带来帮助的，因为这个课程是我综合了世界上所有最顶级的说服力专家及销售大师的经验。请你用心的去领悟，去实践，相信很多奇迹一定会在你的身上发生。

目 录

导 读 / 001

上篇 NBSS:需求导向式销售——稳打稳扎的销售基本功

第一章 销售你自己 / 002

- 一、销售是所有人的基本功 / 003
- 二、推销产品之前先推销自己 / 004
- 三、月入百万的营销员的九个习惯 / 008
- 四、开发准客户是销售的源头 / 014

第二章 口到钱来的电话行销艺术 / 028

- 一、电话行销必备的信念 / 028
- 二、电话行销前的准备 / 030
- 三、电话行销的开场白 / 031
- 四、说明产品的好处及价值 / 033
- 五、解除客户的反对意见 / 034
- 案例：短信行销法 / 036

第三章 战无不胜的会议营销术 / 038

- 一、明确会议营销的目的是关键 / 039
- 二、会议主题要鲜明 / 039
- 三、如何成功邀约客户 / 039
- 四、精心设计会议流程 / 045
- 五、团队配合默契更重要 / 045
- 六、细节决定成败 / 047
- 七、会后追踪才能产生生产力 / 049

第四章 顶尖推销员应有的心态和素养 / 052

- 一、怀着积极的心态去推销 / 052
- 二、使命感是销售的最大驱动力 / 055
- 三、爱心能使你感动“上帝” / 056
- 四、自信是推销员的精神脊梁骨 / 057
- 五、汲取丰富的专业知识 / 061

第五章 建立非凡的亲合力 / 068

- 一、“设身处地”与客户的情绪同步 / 068
- 二、配合客户的感官方式——语调和速度同步 / 070
- 三、与客户“志同道合”——生理状态同步 / 071
- 四、赢得客户的心——语言文字同步 / 072
- 五、为客户着想的合一架构法 / 073

第六章 目标规划与时间管理 / 075

- 一、每时每刻做最有生产力的事 / 075
- 二、时间就是金钱 / 076
- 三、克服对要求成交的恐惧 / 077
- 四、完善的事前规划 / 077
- 五、充足的产品知识 / 078
- 六、避免无效率拜访 / 078
- 七、拜访路线和区域规划 / 079
- 八、有规律的生活 / 079
- 九、提早见第一位客户的时间 / 080
- 十、善于利用零碎时间 / 080

下篇 超级成功之道——步步为赢的推销流程

第一步 完美的准备——望穿秋水 / 084

- 一、情绪上的准备 / 085
- 二、精神上的准备 / 087

- 三、态度上的准备 / 087
- 四、体力上的准备 / 087
- 五、听众需求的准备 / 088
- 六、说服内容的准备 / 089

第二步 让情绪达到颠峰状态 / 091

- 一、自我激励 / 093
- 二、改变肢体动作 / 094
- 三、激情音乐 / 094
- 四、成功心理预演 / 094

第三步 建立信赖感——让客户一见钟情 / 096

- 一、接洽——建立信赖感的第一印象 / 097
- 二、世界上最动听的语言是赞美 / 100

第四步 了解顾客的问题需求和渴望 / 104

- 一、对客户进行深度调查 / 105
- 二、问出客户需求的缺口 / 108
- 三、问出客户购买需求的程序 / 111
- 四、把客户需要激发成想要 / 114
- 五、提升顾客渴望度的 5 大关键问题 / 116

第五步 塑造产品物有所值的价值 / 119

- 一、把快乐说透 把痛苦说够 / 120
- 二、做产品介绍的五大技巧 / 124
- 三、塑造产品价值的 19 条经典话术 / 127

第六步 竞争对手分析——让 USP（独特卖点）魅力四射 / 129

第七步 解决抗拒问题 / 133

- 一、有效倾听 / 135

- 二、承认、同意、道歉 / 136
- 三、试探 / 136
- 四、使用沟通模式 / 137
- 五、重新框式 / 138
- 六、有效解除抗拒问题的黄金方程式 / 138
- 七、假设成交 / 140
- 八、问好的问题 / 141
- 九、回马枪成交法 / 141

第八步 成交——要爱就请说出口 / 144

- 一、具有绝对成交的信念 / 146
- 二、绝对成交的口号 / 148
- 三、辨识客户购买信号 / 148
- 四、超级说服力的 10 大武器 / 152
- 五、迈向巅峰的 30 种成交方法 / 166

第九步 以一成百的开拓方法——转介绍 / 177

- 一、认识转介绍的重要性 / 178
- 二、索取转介绍的时机 / 179
- 三、取得转介绍的流程 / 180
- 四、让客户疯狂给你转介绍的方法 / 181

第十步 优良的服务就是优良的推销 / 185

- 一、售后服务是销售的开始 / 186
- 二、4 种开展客户后续服务工作的方法 / 186
- 三、做让顾客感动的服务 / 188
- 四、以平和心态处理投诉 / 189

附录 对业务员的 100 个忠告 / 192

上 篇

NBSS:需求导向式销售

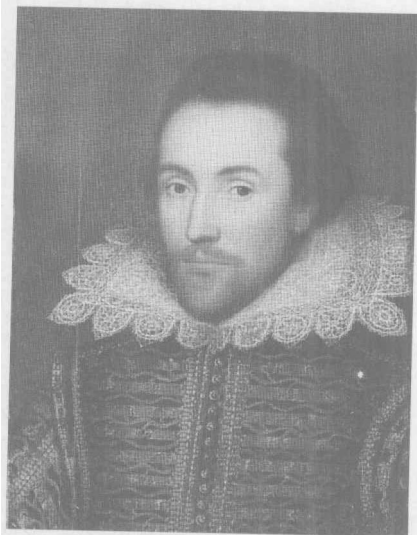
——稳打稳扎的销售基本功

快就是慢 稳才是快 以稳当快 出奇制胜

第一章 销售你自己

- ◆ 对销售代表来说，销售学知识无疑是其必须掌握的，没有学问作为根基的销售，只能视为投机，无法真正体验到销售的妙趣。
- ◆ 一次成功的推销不是一个偶然发生的故事，它是学习、计划以及一个销售代表的知识和技巧运用的结果。
- ◆ 推销完全是常识的运用，但只有将这些为实践所证实的观念运用在“积极者”身上，才能产生效果。

莎士比亚曾经说过：在人类的活动中，有一种潮流存在，这个潮流从洪水中产生，并会引领我们走向富裕之路。



莎士比亚

这个活动就是推销。21 世纪是一个推销的世纪，不管个人或企业生产什么，关键是你要把产品卖出去换成钱。因为上世纪资源短缺，人们手中有钱但是市场没有产品，人们有钱买不到产品，所以产品非常值钱。人们需要排队购物，哪怕是次品也不愁销路。然而 21 世纪的到来，因为人们大量地加工生产产品，却找不到人来购买，所以人们需要推销。

一天，有人问一个世界五百强大企业的老总，你是世界五百强大企业的老总，是亿万富翁，我想问你一下，如果你百年以后，你能留给你孩子多少遗产？

这个亿万富翁就说了这样一句话，他说是这样的，我感觉到当我的儿子有本事的时候，不需要我给他留太多的钱，他自己就能够创造很多财富。当我儿子不成器的时候，我留下再多的财产也没有用。因而我只乞求上帝给我儿子一种能力——超级推销员的能力。

国家的发展靠经济，经济的发展靠企业，企业的发展是需要不断的制造出来对路的产品并且把它变成货币，当然每一个公司、每一个企业最渴望的就是能够把商品不断地卖出去创造利润。所以如果你具有超级推销员的能力你就能走遍世界各地，你就一定是最受企业欢迎的人！

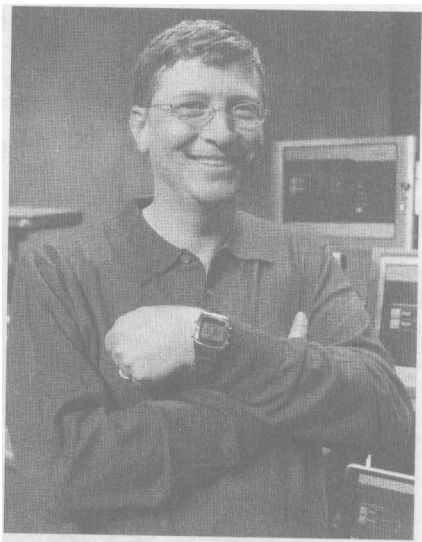
一、销售是所有人的基本功

比尔·盖茨曾经说过，只有创新和营销是利润，其他的一切都是成本。

假如你是一位超级推销员，你可以不断地把商品卖出去，你是不是最受老板欢迎的人？当你具有超级推销员的能力以后你走遍世界各地，你的职业不是问题，你的收入不是问题，你的生活状况更不是问题。

所以，我们每一个人都应该学会一个超级推销员的能力。21世纪每一个人必须要具备三种能力：推销力、行销力、领导力。如果要再加上另外两种的话就是外语和电脑。这是我们最基本的生存五种能力。

什么叫推销呢？推销就是人走出去，给商品找婆家，但是我卖的未必是客户想买的，我们说的未必是客户想听的。什么叫行销呢？行销就是我首先发现市场需求，然后把顾客想要的东西制造出来，并吸引顾客主动来购买，让推销成为多余。所以推销是先有产品，然后给产品找客户，行销就是先发现市场机会，然后生产出来适销对路的产品，找到不同的渠道，然后把它行销出



比尔·盖茨

去，真正的推销员是站在行销的观念之上的。

这个时代每个人都需要推销，甚至连上帝都需要推销员。我们每一个人都需要具备推销能力，而且每一个人都是天生的推销员了。比如说一个孩子，刚刚出生到这个世界上，他实际上已经是天生的推销员，因为他可以通过自己的哭声向妈妈说我饿了；孩子慢慢长大了，他会通过自己出色的表现来向老师证明我是一个好的学生；后来大学毕业了参加工作了，他会通过自己的业绩或技术向老板证明他是一个好员工，老板会通过一些广告向社会来推荐他的经营理念和他的商品，即便是美国总统也需要到全国各地去演说，竞选演说事实上也是在推销自己。而一个人一生当中最会推销自己的时候就是在20多岁的时候，他在找对象的时候，他总能找到一个合适的方法向他心爱的人表明你选择我是没错的。

二、推销产品之前先推销自己

只有你懂得和客户沟通，客户才会给你源源不断的定单，所以说一个人的说服力决定了他的销售能力，说服力也决定着赚钱的能力。一个人缺的

永远不是钱，缺的是赚钱的能力。推销就是人走出去，把话说出去，把钱收回来。

学好说服力还能大大提高我们的领导能力。

唐太宗当年还是秦王的时候，下边的人一般都不太愿意说话，所以他们在一起的时候气氛特别的沉闷，但是只要唐太宗一出现在现场，气氛就活跃起来了，历史当中对他的评价是这样的——光彩照人、谈笑风生、语惊四座、言服八方。所以作为一个领导人最重要一种能力就是让



唐太宗

任何人一看到你马上就对你心存尊敬。

唐太宗之所以光彩照人是因为：

第一，他有一个很好的外在形象。为成功而穿着，为胜利而打扮，看上去像一个人物比一个人物更重要。他像一个成功人士，比他是一个成功人士还要重要。当对方不知道公司怎么样的时候，公司每一个员工的形象就代表公司，他看到你就等于看到了公司，所以说我们的穿着打扮跟你的企业形象是密切相关的，当一个人不注重个人形象的时候他一定不会维护公司形象。我国先秦的先哲鬼谷子培养出很多奇才，他曾经这样说过：领袖人物必须是神采飞扬、光芒四射的。让人看他一眼就觉得：他是个人物！

第二是谈笑风生，表明他具有良好的性情和人格魅力。

第三是语惊四座，表明他具有出众的演说才能。领导就是造梦者，领导就是描绘前程的人，领导就是勾画价值的人。领导起着两种作用：引领和指导；领导有两种角色，就是领袖和导师。一个企业家和一个领导人如果不会教育员工，充其量只能当个监工。

所以说我们一定要具有超级的说服能力，上帝需不需要推销员？需要。那么多传教士难道不是他的推销员吗？佛祖要不要推销员？要。那么多的僧侣不都是他的推销员吗？美国的总统要不要推销员？要。所以每个人都是推销员！

做好任何一件事要注意四个原则：第一，了解你所做的事；第二，相信你所做的事。第三，热爱你所做的事。第四，全力以赴地做好你应该做的事。

怎样提高说服力？提高说服力的方法就在这四个原则上。说服是体能的一种说服，说服最好的心态是真诚的帮助，无私的关怀。所以真正要想说服别人首先要说服自己，当你能彻底说服自己的时候你就会发现你说服别人就会很容易，事实就是这么神奇！推销、说服是信心的传递，情绪的转移，感觉的互动和资讯的交流。我对一个产品越了解，就越相信，越相信就越有热情，越有热情就越有感情，越有感情介绍产品的时候就越有感染力，越有感染力顾客就越容易感动，顾客只有感动才会心动，只有心动才会行动。对一个产品越了解就越相信它，越相信它跟别人讲的时候你就越有热情，越有热情就越有感染力，没有感染力就没有说服力！

所有的说服开始就源自于对产品相信的力量。提高说服力要相信四句话：

1. 所有的事情源自于当初的选择

人生就是一个不断做决定，不断选择的过程，种瓜得瓜，种豆得豆。种下辛勤必有收获，种下懒惰必得荒芜。今天的结果源自于昨天的选择。

2. 所有的改变都可以在瞬间完成

人生的改变决定于你下决定的一刹那。刘邦之所以能取得天下，是在当年他一见到秦始皇浩大的仪仗队的时候就发出“大丈夫本该如此！”感叹的瞬间，就注定他以后是汉高祖了！一个人一生当中成就的大小，人生命运的改变，很有可能取决于哪一天你看到了一个什么样的人，听他说了一句什么样的话，读了一本什么样的书或者听了一堂什么样的课，就可以彻底改变这个人的命运。

一个长者来到山里面，发现背着一捆柴木的小姑娘跑得特别快，他问，你想在山里面跑一辈子吗？你想去城里吗？她说当然想了，后来她就成为了奥运会冠军王军霞。这位长者就是著名的长跑教练马俊仁。

你的环境也是影响你改变的关键要素：你的周围都是鹰的话你一定也是鹰。你和积极的人在一起你也会变得很积极，所以说人生的改变与你的环境有直接的关系。

3. 所有的顾客都可以被说服

有人问我：“越是成功的人士受到的拒绝就越多，我想问一下在您一生当中被拒绝过多少次？”

我说：“我从未遇到过拒绝。”

他大吃一惊：“你怎么能说服每一个客户呢？”

我说：“我从未遇到过拒绝，是因为当他第一次不购买我的产品时，我不认为他在拒绝我，我只是认为我没有把事情给他讲清楚；当顾客第二次不买，我还是认为他不是拒绝我，他只是还没有听明白；第三次他如果还不买，我认为他依然没有听清楚我还是没有讲明白，我再换一个方法。因为他不买的原因只是因为对产品不够了解，他还没有意识到产品对他的好处！因为顾客都可以被说服，只要策略用对了。”

4. 所有的目标都可以被实现

只要确定目标，找对策略，用对方法，开始大量的行动。真正决定一个人成就大小的是他的观念和说服别人的策略。

说服应该谈笑用兵，说服要以攻心为上。

先处理心情，才能做好事情，所以我们要谈笑用兵，首先要营造良好的洽谈气氛。在没有建立信赖感之前，永远不要切入正题，客户只有接受了这个人，然后才会接受你的思想、观念或产品！世界知名营销专家理查德·丹尼在他的一场演讲当中讲述了自己被推销的一个故事：

很多年前，在我开始做营销这一新职业之前，我住在农场。回想起当年，一个新的推销代表拜访我们的农庄时对我说：“丹尼先生，我叫克里斯·鲍尔斯，我是‘西尔科克·利弗佛饲料公司’的代表。”他卖牛饲料和猪饲料，但这类产品的许多品牌都非常相似。“我刚开始这个地区的工作，我来这里就是介绍一下自己，因为我知道你很忙，如果可以的话，我会在一个月后再来看你。”说完他留下一张名片就离开了。

一个月后他又来了，“还记得吗？丹尼先生。我是西尔科克的克里斯·鲍尔斯。”我们闲聊了几分钟，他问我近来怎么样，我告诉他我不是很好，因为所有的农户都习惯这么说。他就说：“我不会耽误你，我下个月再来看你。”

下个月再见到他时，我向他问好：“嗨，克里斯。”我告诉他一头小牛犊现在不太好。他建议他的小牛食品或许有用，我于是就买了一包。一个月之内，克里斯·鲍尔斯就为我提供所有的饲料了，我不是因为这家公司才买，我冲的是克里斯这个人。

推销你自己，要对他人感兴趣并找到共同之处。

销售是一个心理学的游戏，是意志的竞赛，是气势的对决，所以要攻心为上。

我可以让任何人做任何事，只要他愿意，说服的原因来自于他愿意。

一个老太太有一天带着他的孙女和孙子到外面吃饭，老太太说了多吃青菜，会变聪明的，他孙子还是不吃，然后服务员就过来了，趴在他耳朵旁说了一句话，他孙子就大口地吃饭了。服务员对他说了什么？怎么这么有效？事实上只有一句话：孩子，那是你姐姐吧，她是不是经常欺负你呢？你多吃青菜个子长大了，她就不会欺负你了。所以我们永远不要让马去喝水，但是你要让马产生口渴的感觉，怎么样产生口渴的感觉呢？第一是在饲料里面加

一些盐，第二是让马去拉车去犁地让它出一身汗，它口渴了自然就会自己去找水喝了。

真正的说服高手绝对不会强迫对方，更不会欺骗客户，因为我们给客户发生关系不能是一下子而要争取一辈子，要想是一辈子只有一个原因，即这个客户对你的产品满意，对你这个业务代表满意，最重要的是对他自己下的这个决定满意！怎样才能做到？在你的引导下让客户自己说服自己！说服的过程就是让客户不停地说是 YES 的过程，到最后你就问他：你看订多少货呢？他说是多少后，你就说一句话：就按你说的办！

掌握了说服力技术，即使你身无分文，如果你具备超凡的智慧口才，你便可以说服他人把资金投给你。哪怕你行动不便，只要你用对策略你也可以说服他人背着你走向世界！你可以让任何人做任何事——只要他愿意！

三、月入百万营销员的九大习惯

事实上，运动赛场上，短跑项目的冠军与亚军之间的成绩可能就差零点零几秒，但是，冠军可以名扬天下，却只有很少的人知道第二名是谁？二者收入也可能会相差数倍！顶尖推销员和一般业务员之间的差别并不大，而唯一的不同是他们每天所做的事情和别人有那么一点点的不一样，他们的态度与别人也就有一点点的不一样，他们的销售技巧也有那么一点点的差距，给人的感觉也就有那么一点点的不一样，但就是这些天日积月累的不同造成了他们的收入和成就之间的极大差距。

既然每一个人都是推销员，只是我们在不同的时间不同的地点推销的商品不同，推销的内容不同，推销的理念不同，推销的水平有高低而已。在目前这个时代你说服不了别人，就会被别人说服。所有顶尖推销人员成功的第一因素就是他们都下决心要成为最顶尖的，而且他们有许多理由让自己有如此的坚持。

一位世界第一的推销大师，在他结束推销生涯的大会上吸引了保险业的 5000 多位精英参加。当许多人问他推销的秘诀时，他微笑着表示不必多说。这时，全场灯光暗了下来，从会场一边出现了 4 名彪形大汉。他们合力抬着一铁架，铁架下垂着一只大铁球走上台来。当在场的人丈二和尚摸不着头脑

时，铁架已被抬到讲台上了。那位推销大师走上台，朝铁球敲了一下，铁球没有动，隔了5秒，他又敲了一下，还是没有动，于是他每隔5秒敲一下。这样如此持续不断，铁球还是动也没动，台下的人开始骚动起来，陆续有人离场而去，但推销大师还是静静地敲铁球，人越来越多，留下来的人也就那么几百个。终于，大铁球开始慢慢晃动了，经过40分钟后，大力摇晃的铁球，就算任何人的努力也不能使它停下来了。最后，这位大师面对仅剩下来的几百人，介绍了他一生成功的经验：成功就是简单的事情重复去做。以这种持续的毅力每天进步一点点，当成功来临的时候，你挡都挡不住。

世界上没有所谓天才型的推销员，所有的推销员都是从零做起的，他们在不断地学习成长中去提高销售技巧。月入百万的营销员之所以收入高，是因为他们养成了良好的习惯，每天只需要把简单的事情重复做、坚持不懈地做。

第一大习惯：每时每刻都要保持一颗强烈的企图心

有个年轻人向苏格拉底请教成功的秘诀，百般不得依然坚持不懈，苏格拉底就对他说：“你随我来。”他把年轻人带到小河边的河中央，年轻人不理解他要做什么，突然，苏格拉底把他一头按进水里，年轻人用力挣扎，后来年轻人拼命挣脱出来，生气的说：“老师我只不过是要向你寻求成功的秘诀，你为什么要把我溺死？”苏格拉底说：“在水里你最渴望得到什么？”年轻人说：“我最渴望的是空气。”苏格拉底说：“如果你渴望成功就像在水底下渴望空气一样，你一定会快速成功！”

实际上，人与人之间的区别源自于你内在的一种动机。你想做一个什么样的人？你想得到什么？人与人之间的真正区别就是你有没有企图心。

曾经有一家保险公司做过一项调查，他们发现在公司每年的5月份都有一个销售竞赛，在这个月份能够达到销售目标的人通常能获得额外的报酬和奖励。而公司最后发现，如果员



苏格拉底

工在一年中的其他 11 个月份中的每个月也多付出一份努力，这些员工在他的职业生涯中就能多挣 10 年的收入。其实这些业务员的知识能力并没有变，变的只是竞赛给他的好处增多后的动力更大而已！

打开成功宝库的三大金钥匙是：下定决心、下定决心、下定决心。有人问我：兰老师我下定决心了，为什么还没有成功？我说：你一派胡言，你见过哪一个下定决心的人没有坚持到底？你见过哪一个坚持到底的人还没有成功？当你下定决心的时候，没有方法可以找方法；没有资源可以找资源；没有条件可以创造条件。想成为顶尖人物，就必须要有强烈的成功欲望。

第二大习惯：不断地给自己定明确的目标

工作原理就是必须始终为一个目标进行工作和奋斗。实际上在我们体内都有一个 RAS 系统，这个 RAS 系统就像是一个导弹一样，他始终为一个目标而工作，当你没有目标的时候它会帮你找到一个目标，如果有目标的时候，它可以帮助你锁定目标、追踪目标，一直到引爆目标，让你达成这个心愿，但前提是你的潜意识里必须有一个明确的目标。

有一天，一个农夫带着他的三个儿子到野外去，走到一个草坪上，发现一只小鸟，农夫让他的三个儿子拿出弓箭，看着鸟，然后瞄准。农夫就问大儿子：“看到了什么？”“我看到了蓝蓝的天，白白的云。”大儿子说。他又问二儿子：“你看到什么？”二儿子说：“我看到山脉和树。”农夫又问他的三儿子：“你看到什么了？”三儿子说：“我看到鸟的翅膀。”然后，农夫就说瞄准射箭，最后谁会射中呢？老三。

注意力所在之处就是能力所在之处！如果人们的能量不流失，可以做出更多伟大的事！但大部分的人把能量浪费在忧虑、恐惧，烦恼以及琐碎没有生产力的事上反而无法完成。所以，我们每一个人都要给自己定一个清晰的目标，以及你到底要成为一个什么样的人。实际上任何一个人只要有三句话就可以清晰地找到自己的目标：第一，您要到哪里？第二，您现在在哪里？第三，您怎么样去？

人类因为梦想而伟大，不可思议的目标才会有不可思议的改变，你的成就超不出你的梦想，你的梦想如能彻底在生命中实现，就能魔术般地改变你