

销售

从新手到高手

赵春涛 编著

FROM

A NOVICE

TO

A MASTER



销售业务知识系统化培训/自学体系

基础知识 ▶▶▶ 实践经验 ▶▶▶ 销售绝招 ▶▶▶ 进阶提高

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

销售

从新手到高手



赵春涛 编著

FROM

A NOVICE

TO

A MASTER

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

这套中国“销售技巧培训”金牌书，采用“场景抓拍”的情景展示，以“只取精华”的出版理念，幽默风趣的漫画配图形式，将其打造成实用、易学、易用的中国零售业销售员培训教材。

本书是一本专门为销售人员和想开店创业人士量身打造的学习参考用书。作者根据自己长期的调查研究，理论联系实际，全面而又深入、具体地阐释了销售技巧的实质和做销售的关键。对销售技巧，按基础、实践、绝招和进阶四个层级做了重点介绍。面对当今普遍存在的销售窘境，本书归纳了几种常见的现象，然后一一做了分析。以“培训引领，重在实战”的思路，重点讲述了销售技巧。本书语言流畅，并配有简洁明了的框架语言对主题加以提炼，更有利于读者加以学习掌握。本书具有很强的指导性和可操作性，是一本难得的销售指南，值得一读。

图书在版编目（CIP）数据

销售从新手到高手 / 赵春涛编著. —北京：中国铁道

出版社，2018.5

ISBN 978-7-113-23294-8

I. ①销… II. ①赵… III. ①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2017）第 150661 号

书 名：销售从新手到高手
作 者：赵春涛 编著

责任编辑：吕 芑
责任印制：赵星辰

读者热线电话：010-63560056
封面设计：MXK DESIGN
STUDIO

出版发行：中国铁道出版社（100054，北京市西城区右安门西街8号）

印 刷：三河市兴博印务有限公司

版 次：2018年5月第1版 2018年5月第1次印刷

开 本：700mm×1000mm 1/16 印张：16.75 字数：274千

书 号：ISBN 978-7-113-23294-8

定 价：49.80元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书，如有印制质量问题，请与本社读者服务部联系调换。电话：（010）51873174

打击盗版举报电话：（010）51873659

世界之大，让我们做做销售吧

世界给我们一个舞台，我们的人生就在世界的舞台上展开。世界之大，让我们找到人生的坐标，做做销售吧！

作为一位二十几年来始终研究商业企业终端销售技巧的讲师，我接触到了许多行业的一线销售员。一次，我到北京做调研，向一位服装门店的销售员问起：“你怎么看销售？”她说，“销售简直是地狱。销售失败了，销售员浪费了精力，也浪费了时间。”而隔壁另一家门店的销售员却说，“销售就是天堂。销售成功了，销售员也能获得丰厚的收入待遇。”

销售就是魔鬼。它既能让销售员成功，也能让销售员失败。

失败者常有这样的叹息：做什么千万别做销售员。

社会上的就业压力不断增大，而同时做销售变得越来越不容易了，来自同行业的竞争是加剧销售困难的重要因素。越是这样，对具有一定技能水平的“销售员”，企业越是“求贤若渴”。现实就是这样，尽管你会发出“做什么千万别做销售员”的慨叹，但是你仍要坚持让自己成为销售的行家里手，否则，你就无法混迹于销售界。这就是销售界的“潜规则”。

我想，那些说“做什么千万别做销售员”的人可能没有考虑过这样一个问题：你做的工作对得起自己那份工资吗？

常常听到销售员说很忙。这实际上对的。老板以支付薪酬的形式购买了你的工作时间。在工作时间里，你要记住：你要用自己的付出为门店创造价值。这样才合理。

我不知道我们的销售员是否想过这样几个问题：

1. 销售仅仅是一个卖货的吗？
2. 你是在销售自己吗？
3. 你是在销售自己的劳动吗？

销售并不是仅仅卖货那么简单。一天卖一件商品，这样卖货，有几个门店老板满意？老板希望的理想结果是：你在一天的工作时间内卖出了高于你一天工资额2倍以上的业绩。这样，老板才会觉得买你的工作时间有利可图，你也会觉得自己有了价值感。

而当你的时间卖给了老板，你会怎么做？这取决于你的工作态度。从某种意义上讲，“做什么千万别做销售员”是逃避你作为时间出售者责任的一个借口。这种工作态度为你的失败找到的理由可以有很多，比如，顾客的要求越来越苛刻、竞争对手越来越强大、市场需求不令人满意等等。

大家都可能听到过这样一个小故事：

一个人路过一处建筑工地，见到三个正在砌墙的工人。于是，他问：“你们在做什么呢？”

甲工人态度生硬地说：“怎么，你没看出我正在做砌墙的事情吗？”

乙工人不满足地说：“现在，物价这么涨，可我还得做这项每小时只有20元的工作，真烦。”

丙工人眼睛放光地笑着说：“我的朋友，我要告诉你的是，我正在建设世界上最伟大的宫殿，你也来投身到这项神圣的建设事业中来吧！”

而现实中，这样的事例也在销售员身上真实再现。

场景抓拍：

顾客：您在做什么？

销售员：我在做销售啊。

顾客：可我要的商品您并没有拿给我啊？

销售员：可我一刻也没离开柜台啊。

顾客：这样的时间好打发。

销售员：当一天和尚撞一天钟。撞一天就能挣到一天的钱，还管这钟响与不响？

顾客：钟不响，你还假装撞钟干吗？

由此，我想说：做什么千万别为了应付销售工作而做销售，而要做价值！

价值是什么？对于商店来说，它是商店赖以生存的法宝。对于销售员来说，它是其成长的基石。没有价值，商店就失去了存在的意义。没有价值，销售员就不会在职场中发展，而面临淘汰。不发展就意味着被淘汰，这是当今职场的一个“潜规则”。

商店造就了老板，也造就出销售员的工作岗位。商店的发展有赖于老板创造出价值，也有赖于销售员创造出价值。常常听老板们讲，某某商店只要有某某销售员一个人就行了。那么，这个销售员一定是商店的核心员工，能够创造出价值来的优秀员工。商店是优秀销售员的产生地，也是平庸销售员的淘汰地。只要你能够创造出价值，无论什么岗位，你都会成为最快晋升的那个人。

那些在销售场上能够创造出价值的人是英雄，收到的是鲜花和掌声。而如果你没能创造出价值，那么你就会受到冷遇。当一场宴会上，老板把你身旁的某某人叫到他的贵宾席上去喝酒却没有叫你，你该是怎样的懊恼。他有资格当着贵宾诉说其创造价值的辛酸苦辣，能够感动得让人落泪。而你倘若也有机会对着贵宾诉说，你诉说的辛苦无论多么辛酸，也不会让人为你叫好，因为你没能创造出价值，你的辛苦在别人眼里等于零。

你也许觉得社会不公，但你要懂得：社会公平是建立在创造价值的基础之上的。奖赏不能创造出价值的销售员，是对创造出价值的销售员的不公。无论什么时候，苦劳都不等于功劳，也不等于价值！

老板们多是秉承靠价值说话的人，因此，他们对于创造价值的销售员奖励优厚。对于不能创造价值却说三道四，对于创造价值平平的销售员，他们的态度是“走人”。

每个企业都有其价值观念，这是判断其每个岗位工作是否有价值的客观依据。完成既定的工作任务，在一些销售员看来就是尽职尽责了，其实，真正意义上的尽职尽责并不是仅仅局限于完成工作任务那么简单，一个工作日上八个小时的班，如果你没能销售出一件商品，那么你的价值如何体现出来？如果让你在一个不用你付出什么就轻易拿到奖金的岗位上，那么你的价值又如何体现出来呢？有人抱怨，老板给了他一个不太好做的岗位，那么老板就会向他发问：“不把你派到别人做不太好的岗位上，怎么能体现出你与别人不一样的价值来呢？”

价值从来就是与工作难易水平相联系的。越难做的工作，你做成了，那么你无疑就会受到老板的重用，你的价值具有排他性，也就是说，你已经在职场赢定了！

当然，创造出与众不同的独特价值并非易事，需要你掌握一定的技巧，锻炼自己的能力。技巧是你创造非凡价值的基础。一天掌握一个技巧，一天创造一点价值，长此以往，你的职场人生才能达到完美的巅峰！

提升自己的形象，告诉你自己：我是金牌销售员。不光是形象，你的谈吐和气场一定要让你的客户认可你。告诉他：我可以改变你的态度和行为，因为我能给你带来你所需要的东西。

说话是最好的艺术之一。这样的艺术让你的客户喜欢你，也让他对你销售的产品感兴趣。你的语言也包括肢体语言，手势和眼睛的注视是控制局势的开始。你善意的微笑有助于打破对方心理上的坚冰，跨越他内心的防线。你的礼仪让你的形象加分。你的坚持是最好的销售态度。你的不卑不亢赢得客户对你的尊重。感恩客户让你的客户始终对你保持敬意。你的一个电话、一条微信，让客户保持与你的联系，而不会断线。

销售用热情拿单而不是损害客户，称赞你的客户而不是诋毁他，讲故事、讲估值是激发你的客户的重要手段之一。

做好销售陈述，不夸大其词，不说不恰当的话，让你的开场白非常吸引你的客户，在客户不经意间促成其交易，考验的是你的销售智慧和能力。让客户主动说出成交条件，要适时提供建议给他。要让他感觉你在帮助他而不是设套让他钻。认真倾听客户的成交条件，是销售沟通必须具备的素质之一。成交建立在双方互信互惠的基础上，有助于销售成果的扩大。产品或者服务，离不开展示和宣传。先机是成功的基础信息。经常联络客户，才能增加销售力。对客户进行评估，有助于建立完善的销售网络和服务体系。最成功的销售就是把客户的利益永远放在首位。举办活动是客户利益的策略选择。邀请每一位暂时缺乏兴趣的客户来参加销售部门的联谊活动，会让潜在的客户变为准客户。让你和客户的每一次攀谈都不成为“闲聊”。“要我向您介绍一下我们的这个项目”是攀谈的引荐环节。“我有点好奇”，挖掘原因，打破僵局，让客户说出，这是攀谈的访问环节。“您提到的这一点，我们刚好做了一个类似的项目，解决的问题是……”这是行动建议环节。“您看这样行吗？”这是争取确认以便进行下一步行动的环节。我们一些销售员非常想马上成交一笔销售业务，于是就把销售当成“灌输”，不厌其烦地讲自己的产品怎么怎么好，往往忽视了产品所能给客户带来多大的利益和价值，这样显然无法让客户心动。成交的可能性就很小。

做销售，要为这一工作而自豪。如果你自身不喜欢它，那么怎么能让客户心悦诚服地买你的产品呢。

做销售，眼睛绝不要离开客户。如果给客户打电话 10 次，你能成交一笔，那么你必须打 30 次，这其中包括客户的拒绝。不打电话，你永远都不会被客户拒绝，但是你可能永远销售不出商品。因此，做销售离不开眼勤、口勤、脚勤、脑勤。

还是要牢记那句话：世界之大，让我们做做销售吧！



注：“老夫子”是作者赵春涛

财经书系的形象化身（网民名如有与“老夫子”
名雷同，请勿对号入座），也是作者的内心“大我”
之代言人，在以后的作品中还会出现这一形象，作为贯穿
他的每一本财经图书的线索。本书中出现的“亡意”是作者“小
我”之代言人。至于书中出现的“霍良”，是因为作者对
很多年都联系不上的小伙伴同学霍光和老师张
秀良的想念而设计的一个人名。希
望他们看到本书这一内容后建立
联系。

基础篇

第一章 做销售哪能没技巧	3
做销售哪能没技巧	3
什么时候销售技巧才最值钱	3
做销售没什么不好	4
做什么千万别忘做价值	5
做价值的关键是做技巧	6
第二章 用销售技巧锁定销售价值	9
哪种人最适合做销售	9
能力和技巧是价值的代名词	9
辛苦不等于有价值，别拿辛苦说事	10
价值体现能力，技巧体现能力	12
价值拒绝平庸，价值追求卓越	13
尽职不在任务，尽责锁定价值	14
技能职业化是聚积价值的重中之重	16
第三章 不可不练的销售基本功	20
销售要在技术、情感和精神上做到位	20
销售基本功的练习	20
销售基本功不过关就别想做金牌销售	21
销售技巧的心理准备	21
销售技巧的知识准备	23
销售技巧的语言准备	24

销售技巧的思维准备	29
销售技巧的能力准备	31
销售技巧的素质准备	36
销售技巧的态度准备	37

实 践 篇

第四章 别说你懂顾客的心	43
第五章 就怕客户没黏性	47
第六章 互联网让销售无限可能	49
网络主宰信息来源下的销售	49
只要创意够独特	50
网络销售的客户回访你做了吗	50
第七章 销售时这样沟通就对了	51
你认识“六意”吗?	51
人为什么沟通?	52
沟通的三准则	53
销售时这样沟通就对了	56
销售离不开让你左右逢源的人际沟通技巧	57
“六意”在很大程度上决定了你对销售的感觉	58
销售沟通就是让客户喜欢你	59
沟通是自我的人生必修课	59
“逢人只说三句话”之人背后的沟通秘密	60
你是容易沟通的人吗?	61
第八章 销售路演需要现场演讲沟通	64
路演活动现场演讲沟通需要准备吗	64
销售路演活动演讲气氛的渲染技巧	65
听众尤其喜欢听演说者叙述自己生活经验中的故事	65
学会销售路演现场即兴演讲	66

生动地描绘你所说的细节和要点	67
对销售谈判有可能涉及的一系列问题做假想的练习	68

绝招篇

第九章 金牌销售员的207个绝招	71
第1招 让顾客实现理想自我	71
第2招 让胖顾客的神经不再敏感	73
第3招 对爱听承诺的顾客不要妄言	73
第4招 堆码商品传递积极的信号	75
第5招 为商品找到最佳销售位置	77
第6招 好的卖场陈列赢得顾客好感	78
第7招 一眼识出畅销商品	80
第8招 让顾客感到销售员能知书更会达理	81
第9招 应对节日顾客大流量	82
第10招 有效搞好营销策划	82
第11招 销售员与顾客交谈口吻要恰当	83
第12招 采购要进行预算	84
第13招 在顾客需要时使用帮助性语言	85
第14招 整理货架让顾客有新鲜感	85
第15招 把握好进货关就等于成功了一半	87
第16招 让业务数据变成可视的图像	88
第17招 进货要求“适销对路”	89
第18招 POP广告是无声的推销员	90
第19招 为你的店铺起个好名字	91
第20招 门店外观设计应做到现实与内容相结合	91
第21招 店铺内部设计重在细节	92
第22招 陈列商品要醒目	94
第23招 不要让店堂里显得不太紧凑	95
第24招 商品陈列必须讲究章法	95
第25招 利用好新产品展示台	96

第26招	收款台要有安全保障措施	96
第27招	合理利用店堂内的经营空间	97
第28招	色彩在商品陈列中的应用	97
第29招	及时补货	98
第30招	搞好类别结构调整	98
第31招	促销之前要准备充分	99
第32招	把商品的价位定得尽量低些	99
第33招	熟记相关资料	99
第34招	先做优秀的调查员	100
第35招	薄弱环节要增强	100
第36招	竞争对手的信息你究竟了解多少	101
第37招	与客户进行攀谈讲究策略	101
第38招	让顾客能摸到实物	101
第39招	拿出一元钱放在透明的袋子里	102
第40招	实体店服务质量要过硬	102
第41招	让顾客满意而归	103
第42招	团队生合力	104
第43招	规划好收银台	104
第44招	认清成功并不是偶然的	105
第45招	要重视品牌经营	106
第46招	要重视时间的经营价值	107
第47招	沟通有技巧	108
第48招	将培训进行到底	109
第49招	激发员工荣誉感	109
第50招	利用“知恩图报”心理搞好经营	109
第51招	先发才能制人	110
第52招	关注细节与销售目标之间的关系	110
第53招	在市区中心经营也要注意布局	110
第54招	不要放弃竞争的机会	111
第55招	再坚持一下	111
第56招	综合性或专业门店都要考虑顾客构成	112
第57招	对经营门店设计要着眼细小处	112

第58招	制造购物“紧张”的氛围	112
第59招	超市班车免费接送顾客赢在“民心”	113
第60招	赢得商品专营	113
第61招	不要断生意	113
第62招	让必要的压力迸发自身的活力	114
第63招	要学会应对危机	114
第64招	成为销售的“王者”	115
第65招	销售起步，要做到心中有数	116
第66招	占先机比占天机更重要	116
第67招	销售要有“激情”	116
第68招	看准小商品的“钱”途	117
第69招	谋求“赢利”	117
第70招	建立销售的劳动耗费指标	117
第71招	不断烘制新的“蛋糕”	118
第72招	销售出新章	118
第73招	老的销售经验不要忽视	119
第74招	一心一意	119
第75招	销售要有明确要求	119
第76招	销售要有特色	120
第77招	决策正事业成	120
第78招	制定好销售指标	120
第79招	销售要有新点子	121
第80招	要有把销售做到国外的想法	121
第81招	人无我有、人有我优、人有我全	121
第82招	让闲散资金升值	122
第83招	借鸡下蛋	122
第84招	用针点破销售关键	123
第85招	扎堆也有利可图	123
第86招	口头介绍也要讲究实际效果	123
第87招	不做兔子的尾巴	124
第88招	谈判是有技巧的	124
第89招	销售策划中要注意的几个问题	127

第90招	不可不讲的八大营销艺术	129
第91招	怎样设计好销售员活动	130
第92招	经营门店靠推手	137
第93招	销售员的预测技巧	137
第94招	销售员要成为多面手	138
第95招	不要轻易批评别人	138
第96招	保持耐心面对挑剔的客户	139
第97招	使别人喜欢你	139
第98招	让员工踏实为你而干	140
第99招	进门三相	141
第100招	了解顾客的心思	142
第101招	要保持顾客的心理满意水平	142
第102招	假定顾客已经购买	143
第103招	帮助顾客挑选商品	143
第104招	利用“怕买不到”的心理	144
第105招	先让顾客买一点试用看看	144
第106招	欲擒故纵	144
第107招	学会做反问式的回答	145
第108招	言语表达也要务实	145
第109招	对顾客说他们想说的话	146
第110招	鼓励顾客及时提示自己的不满意	146
第111招	找客户最感兴趣的话题	146
第112招	打电话更要讲究语调、语气、语感	147
第113招	说好接待客户的第一句话	147
第114招	要练好接待顾客的基本功	148
第115招	门店的“安全库存”动态调整	148
第116招	猜测客户真实意图	148
第117招	销售方式要方便顾客	149
第118招	恰到好处地向无明确目标的顾客推荐	149
第119招	吉祥数字让顾客心有所动	150
第120招	质量与服务勿倒置	150
第121招	为特型顾客量身定做	150

第122招	贵在和气	151
第123招	永远有礼貌地和顾客说话	151
第124招	经常联系老顾客	152
第125招	识别“回头客”	152
第126招	用关心的口吻请顾客消消气	152
第127招	即使是等待顾客也要做好准备工作	154
第128招	闲暇时要表现出忙碌的样子	154
第129招	门店销售员必须讲求自己的站位	155
第130招	在告示牌上做出花样	156
第131招	初次见面的称呼礼仪	157
第132招	切勿两眼直视顾客	157
第133招	选择好打第一声招呼的时间或时机	158
第134招	认真考虑第一句招呼语说什么最好	159
第135招	打招呼不要冷冷淡淡，更不要过分热情	160
第136招	发自内心地说声“您好”	161
第137招	学会两种招呼语言方式表达对顾客的敬意	161
第138招	将第一位顾客多留一会儿	161
第139招	说一句招呼的话让顾客“想”进来	162
第140招	对第二次进店的顾客第一句招呼语要道出对方的姓名	163
第141招	假定顾客曾买过你店的商品而打招呼	164
第142招	和顾客初打招呼的行礼幅度以30度为佳	164
第143招	使用更能令顾客“联想”高涨的招呼语	165
第144招	对左顾右盼的顾客尽早打招呼	165
第145招	一眼看穿顾客的特点	166
第146招	有这些常见表现的顾客，你该怎么办	167
第147招	招呼过后很短时间内销售员要接近顾客	169
第148招	预备开始接近顾客应自然一些	170
第149招	及时询问顾客的不满	171
第150招	对与推销或成交无关的顾客问题不宜询问	171
第151招	询问顾客对商品的意向，心中要想着顾客	172
第152招	询问后及时拿出商品	173
第153招	熟练运用征询语	173

第154招	展示出商品的特有价值	174
第155招	向顾客展示二三件商品	174
第156招	让顾客看清商品的好处	175
第157招	说明商品的技巧：说明商品的核心本质	175
第158招	陈列商品也能赢得顾客好感	176
第159招	让每个品种多卖一件	177
第160招	三招营销商品	178
第161招	销售的5P：产品、人、价格、地点、定位	179
第162招	销售的策略：降价不影响赚钱	179
第163招	自我介绍也是销售	179
第164招	销售需要决定销售形式	181
第165招	货架上的黄金位置配强势产品	181
第166招	好的陈列增加10%以上的销量	181
第167招	提升安全销售额	182
第168招	设计好自己的销售之路	182
第169招	营利模式一定要选对	183
第170招	商业设计一定要选对	184
第171招	卖场设计——营造销售氛围	185
第172招	合理备货对销售起积极影响	185
第173招	销售管理	186
第174招	导购产生销量的空间不可小觑	186
第175招	说动产品的购买组织者	186
第176招	指出客户购买目的坦诚相见	187
第177招	产品的购买者也是你的感受者	187
第178招	取悦产品的购买者	187
第179招	98%的营销工作是情感工作	188
第180招	售后服务的“第二次竞争”	189
第181招	面对客户抱怨如何沟通	189
第182招	利用氛围的影响来刺激达到心流的状态	189
第183招	沉浸式体验创造最令人投入的人流	190
第184招	顾客体验应秉持交互式理念	190
第185招	核心位置重点陈列有利于提高销量	191