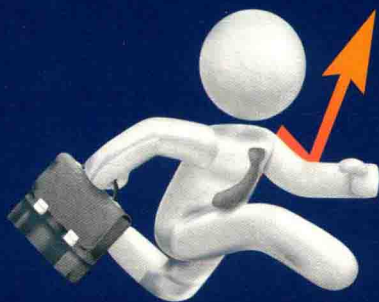


快速成为抢单高手，会抢单，销售没冬天

◆ 逆境求存、逆势增长的销售秘诀 ◆

销售就要 会抢单

志 朝 著



EXCELLENT SALESMEN
KNOW HOW TO COMPETE

〔 会抢单，是一种执着、隐忍和顽强
会抢单，是一种拼搏、智慧与果断 〕



成都时代出版社
CHENGDU TIMES PRESS



EXCELLENT
SALESMEN
KNOW HOW TO COMPETE

会抢单，是一种执着、隐忍和顽强
会抢单，是一种拼搏、智慧与果断

销售就要 会抢单

常州大学图书馆藏书章

志 朝◎著



成都时代出版社
CHENGDU TIMES PRESS

图书在版编目 (C I P) 数据

销售就要会抢单 / 志朝著. — 成都: 成都时代出版社, 2018. 1

ISBN 978-7-5464-1943-5

I. ①销… II. ①志… III. ①销售策略
IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 250076 号

销售就要会抢单

XIAOSHOU JIU YAOHUI QIANGDAN

志朝 著

出 品 人 石碧川
责任编辑 兰晓莹莹
责任校对 李茜茜
装帧设计 天下书装
责任印制 唐莹莹

出版发行 成都时代出版社
电 话 (028) 86742352 (编辑部)
(028) 86615250 (发行部)
网 址 www.chengdusd.com
印 刷 三河市华东印刷有限公司
规 格 880mm×1230mm 1/32
印 张 8
字 数 180 千
版 次 2018 年 1 月第 1 版
印 次 2018 年 1 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5464-1943-5
定 价 49.00 元

著作权所有·违者必究

本书若出现印装质量问题, 请与工厂联系。电话: (010) 85515600

前言

一个成功的销售人员就是要能抢单、会抢单，最终促成业务。销售的主体是人，人是灵动的，所以销售不是一个静态的事情，它注定是一个动态的事情。在动态的系统中保持平衡，这就和冲浪运动一个原理，在大海里，高水平的冲浪就是一种艺术。

对于如何去做销售，如何成为一个优秀的销售人员，这当然不是光坐着就能讨论的问题，因为一切都在变。过去很好的销售方式也许现在并不适用，原因很简单，时代变了，人们沟通的方式变了。采用老套的销售方式并不一定能完成今天的销售业务。

销售抢单的基础就是搞定人。不管什么样的时代，这都是销售最基础的法则，而且社会越是发展，这个命题在实践中就会显得越重要。

本书要分析的是销售人员做单成功概率高的缘由，我们会

告诉大家什么样的环境才是有利的销售环境，且能够创造出好的业绩。如何设计好自己的职业生涯，如何从战略和全局的角度去看待自己的销售工作？以往的销售经验多数强调销售术，很少讨论企业竞争力的优势。我们的经验却是：销售人员把握了企业的优势才能有所作为，销售术只是辅助，销售术只是势的助力。

销售人员需要学会系统的营销方法。销售人员的起点决定了销售人员的成就，所以选择销售什么永远比怎么销售重要。在销售过程中，要学会与客户进行真诚的沟通，学会锻炼自己的沟通能力，这是很重要的事情。

什么样的销售人才会获得更好的成果呢？答案是那些能够享受销售工作的人。销售有很多准则需要牢记：销售重要的不是你谁，而是你和谁站在一起；每一个销售高手都是出色的演员，但他们同时也是自己职场上的导演；从个人职业发展的角度来看，销售人员不要相信那种四两拨千斤的小概率事件；销售高手都是相信千斤拨四两的，因为那才是自己职业成功的常态。

我们认为搞定客户才能抢到订单，这是在默认企业产品具有市场竞争力的前提之下。产品和服务是营销的核心，糟糕的产品是销售人员成功的绊脚石。中国的消费市场已经升级，但是我们企业的营销策略并没有升级。

进入互联网时代，销售也有了新的内容。我们销售人的销售模式需要跟随时代的变化而变化，在李克强总理和著名企业家马云的交谈中，马云对李克强总理说，总理，现在你如果走

在街上，那些迎面走来的普通八零后年轻人，可能在网络上却是年销售额 5000 万乃至 1 个亿的店铺掌柜。马云说出的其实就是这个时代的变迁。在网络电子商务的销售过程中，“销售就是要搞定人，要会抢单”，这样的准则体现得更加明显。大家看到这些掌柜的店铺生意，这些销售者的背后，往往会有一个自建的十几万人甚至几十万人的网络社区，他们是掌柜产品和服务的购买者，也是粉丝。

时代的变迁也在影响着销售成功的方式。在网络普及的时代，电子商务的大潮扑面而来，信息透明带来了便利，也带来了更加残酷的价格战，电子商务永久性地剥夺了没有竞争壁垒行业的暴利。在这个时代里，微利是正常的，我们已经处在了一个超级竞争的时代。作为销售人员，也作为电子商务的从业者，网络商务将占据销售额更大的比例。对于销售方来说，未来的历史也许会证明，互联网是从魔瓶里放出来的“魔鬼”，具有颠覆性的力量。

我们想方设法抢单的同时，也需要转变我们的销售方式，让我们的行动更加贴近这个时代商业的本质。销售是个实战行业，事情想明白了更好。其实销售就那几步，只要顺应了几条大的行事原则，再加上持续地努力，就能取得好的销售业绩。

销售人才能够分析自己周围的环境，给自己找一个最好的位置。在销售工作中不断地寻求硬的和软的支撑点，以保证自己的职业成功。另外，销售不是什么高新技术，只是一套简单的行动程序。根本就不存在什么销售天才，所谓销售天才都是非常善于借势的人，“天才”也只是反复训练的结果。

目 录

第一章 销售是一门技术活 // 001

1. 做销售就像搞艺术 // 003
2. 销售是从被拒绝开始的 // 006
3. 对不同的人要用不同的“钩” // 011
4. 找对人，做对事，说对话 // 017
5. 销售不是拼体力，而是拼头脑 // 022
6. 搞定客户，要会分析客户的内心 // 026
7. 搞定客户，就要获得客户的认同 // 029

第二章 做好自己，机遇只降临在有准备的人身上 // 033

1. 销售，其实就是推销你自己 // 035
2. 随时储备知识，培养与提升自身素质 // 039
3. 销售新人的五项修炼 // 043
4. 真心地与客户交朋友 // 047
5. 明确告诉客户，你值得他信赖 // 050

6. 自信，客户认同你的先决条件 // 054
7. 设定目标，让自己成为专业人士 // 057

第三章 拿下客户，情感是打头阵的先锋 // 061

1. 要想钓到鱼，就要像鱼那样思考 // 063
2. 拿下客户，情感是打头阵的先锋 // 066
3. 客户喜欢顾问、专家式的销售人 // 070
4. 别让客户觉得你只是为了赚他的钱 // 073
5. 必须承认产品既有优点也有不足之处 // 076
6. 一定要换位思考，从客户的立场出发 // 079

第四章 修炼口才，把话说到客户心坎上 // 083

1. 一流的销售员，一定是一流的沟通高手 // 085
2. 好的开场白是销售成功的一半 // 088
3. 选择客户感兴趣的话题，使对方产生亲近感 // 091
4. 让语言与产品相匹配 // 094
5. 把握好说话的节奏 // 097
6. 向客户提问，既要有层次，又要切中要害 // 102

第五章 拉近与客户的心理距离才能赢得客户 // 105

1. “上帝”的心思你要学会猜 // 107
2. 要想从客户口袋里掏钱，先向客户掏心 // 109
3. 想方设法，迅速了解客户的真实意图 // 112
4. 用客户喜欢的方式搞定他 // 115
5. 找准赞美点，攻心才能拿下订单 // 119
6. 无论何时，销售员都要以客户利益为主 // 121

第六章 客户购买的不仅是产品，更是感情 // 125

1. 三流销售卖产品，一流销售卖好处 // 127
2. 介绍产品时不要马上提出成交要求 // 130
3. 针对客户的需求，突出产品的益处 // 132
4. 讲故事，让你的产品介绍更生动 // 135
5. 赢单的关键是让客户不知不觉说“是” // 138
6. 价格策略，让客户真正体会到“货真价实” // 142

第七章 与客户谈判是“心”与“心”的较量 // 145

1. 销售谈判过程中，不可过早地做出让步 // 147
2. 永远不要接受第一次开价或还价 // 150
3. 永远不要泄露自己的底牌 // 153
4. 从肢体语言中洞察客户心理 // 156
5. 欲擒故纵，放长线才能钓大鱼 // 160
6. 谈判桌上五种话不能说 // 162

第八章 如何搞定你的大客户 // 167

1. 80% 的订单来自 20% 的大客户 // 169
2. 锁定大客户，分配好资源 // 171
3. 大客户销售，也要量力而行 // 175
4. 如何搞定大客户的人际关系 // 179
5. 高效销售，学会站在巨人的肩上 // 183
6. 不断地问自己：我的大客户在哪里 // 186

第九章 订单的多少取决于你的圈子 // 189

1. 贵人相助，麻雀也能变凤凰 // 191
2. 你所结交的朋友决定着你的命运 // 193
3. 将有影响力的大人物变成自己的“圈里人” // 197
4. 投资于人，建立自己的人际数据库 // 200
5. 利用潜在客户的人际关系拿订单 // 202
6. 交换人脉资源让你的收获成倍增长 // 204

第十章 卖“信任”胜过卖产品 // 207

1. 诚信是打动客户心扉的敲门砖 // 209
2. “一诺千金”，承诺客户的要立即去做 // 211
3. 一千个推荐理由不如一个第三方证明 // 214
4. 透明度就是信任度，让客户充分了解公司 // 217
5. 积极回应抱怨，赢得客户的宽容与信任 // 221
6. 打造专家形象，只有专业才能赢得信赖 // 223

第十一章 提高客户售后满意度，单子才能源源不断 // 227

1. 完善的售后服务是留住客户的法宝 // 229
2. 经常与客户保持多渠道联系 // 231
3. 妥善处理与客户的摩擦 // 234
4. 定期展开客户满意度调查 // 237
5. 不要忘记那些琐碎的服务 // 240
6. 只要处理得当，投诉也能带来好口碑 // 243

第一章

销售是一门技术活

搞定客户是一种平衡的艺术，在关系和做事之间总会有一个平衡点。满足客户需求优于维系客户关系。一流企业不仅要维系客户关系，最重要的一点就是让客户赚钱，让客户受益。搞定事是搞定人的前提，没有服务客户的能力，无论有多好的关系，都不可能维系太久。



EXCELLENT SALESMEN
KNOW HOW TO

1. 做销售就像搞艺术

我们如何看待那些销售高手呢？如果将销售比作一个竞技活动的话，那么出色的销售人就是出色的运动员，他们之所以能够获得成功，是因为在工作中按照正确的方式进行了反复训练的结果。

任何事情只要做出了自己的“道”，都是一种艺术。所以无论做什么事情，没有入行的时候，总会觉得这很简单。其实一旦真正走进去了，进入角色了，并且力争做到最好的时候，这就成为了一种艺术。

在我们的生活中，销售无处不在。经济学家说，阳光下的事情都可以做交易。不管你的职业是不是销售人，只要我们一张口，其实就是在推销，这是广义的推销行为。因为在本质上，沟通本身就是一种双向的推销行为。

搞销售就是搞定人，搞定人的方式就是通过沟通获得客户的信任。

一般的沟通是一种技巧，高超的沟通是一门艺术。

艺术是一种境界。既然是艺术，就需要自己有意识地训练，这不是普通销售人可以驾驭的。我们在书上看到很多销售人翻云覆雨的案例，他们的销售策略每每实施，就能获得客户

认可。我们听过很多老套的故事，比如吉拉德的推销神话，几乎每一本关于推销的书上都有他的案例，甚至还有吉拉德生动的对话场景。

我们的推销工作果真像故事一样的有趣，甚至浪漫吗？其实销售是最现实的工作。如果我们将销售工作当成一门艺术，那么只有在遵循销售规则并且熟练掌握销售技巧的基础上，才能成为优秀的销售人员。和任何一个工作一样，从普通到杰出都是一个漫长的过程。

销售不是自由挥洒的艺术，而是严格遵循自己的流程和规则的工作。作为故事，我们可以听销售人员讲述他们的销售奇迹，我们可以听将梳子卖给和尚的故事，或者把冰卖给爱斯基摩人的故事，但是如果在现实中我们真这么干了，就会浪费企业宝贵的资源。每一个产品都有它应该的去处，在买方最密集，需求最大的地方，才会有最大的市场。

本来屠宰杀牛不是一门艺术，做分切肉也不是什么艺术，但庖丁解牛的过程却变成了一种艺术。高超的销售人在销售的过程中发挥自己的能力和能力，就类似于这个过程。

销售的艺术就是对复杂人际关系的处理，这当然是一种艺术了。观察和判断，如何采取行动则是一个连续的过程。很多杰出的销售人员正是在这些方面锻炼出了出色的应变能力。

做大客户的销售，最重要的一种能力就是多点平衡把握。在这种采购模式下，销售人的沟通能力只是基础，我们首先要让客户决策圈子认同自己企业的产品，但仅仅销售沟通是不够的，还要运用手段来助力销售。因为决策圈子人数较多，必

然会有人的利益需求和我们的产品特点不一致；而且，如果圈子里还包含一些产品之外的利益需求，例如个人利益等，就一定不会出现反对者，这些人在我们用销售技巧无法搞定的时候，就要用策略或手段，通过人情或权力关系让他们不敢或不愿意反对我们，或是通过对整个决策圈子的运作，使他们的意见不能对决策产生影响。这样复杂的人际关系处理，肯定需要创造性地完成。

在销售过程中，低端的政治谋术是一种手段，高端的政治运作就是一门艺术了。处理复杂人际关系的能力不仅仅是靠努力，更需要一种历练。我们要善于分析，理清复杂的人际关系背后，复杂的利益关系和应对不同的人格类型的方法。沟通艺术是必须具备的，所有小额销售人员具备的能力都要具备，但是做大单的时候必须注意不要踩到客户内部人的“尾巴”。任何事情做大了都会涉及到政治，只有具备出色的协调能力，才能让事情在短的时间内出现转机。

语言和现场沟通也是一种艺术，会说话的人总是能让对方感觉很舒服。在销售现场，会有很多艺术化的策略。适当的赞美总是管用的，运用黑白脸策略也是很好的，极具亲和力的几句话，会立即消除消费者的戒备心。要知道，一流的销售人员总能在客户犹豫的时候起到关键性作用，将本不想购买的消费者变成自己的顾客。

如何体现沟通的艺术性呢？这需要事先周详的设计，将顾客分类，针对不同顾客说不同的话。出色的销售人员正是通过适当的话语设计从而创造销售额的奇迹。

对于小企业来讲，产品没有品牌，开拓市场自然就难。当然，机会总会有的。其实一般的销售工作中很难有什么奇迹发生，有的都是锲而不舍地围绕客户不断沟通。艺术性的沟通总是能够获得更多的机会。

销售人员需要时时注意自己的角色，也就是记住销售的目标，卓越的销售业绩是终极目的。当销售成为一种艺术，自己的工作也做得卓有成效，才算是一个出色的销售人员。

2. 销售是从被拒绝开始的

一个人从事了和自己价值观相适应的工作，投入了多少精力，吃了多少苦并不会特别介意。相反会以苦为乐，就像很多在野外被晒得黑瘦的驴友一样，那是他们自己选择的生活方式，他们就会觉得很快乐。做事顾虑越少，包袱越少。一如既往地按人性规律去做销售，就越容易成功，在工作上就越容易找到自己的归属感和成就感。

小张是一名制造五金工具的公司的销售，主要向工地推销工具。一次，他推销一件工具给一位工程老总，拜访其多达十几次，但是每一次都没有成交。老总无奈地对他说：“年轻人，既然我从来不买，我搞不懂，你为什么老是不停地来拜访我呢？”小张说：“这就是我反复来的原因，我将不断地回来，直到你买了为止，因为我知道你需要这件工具。”

感动于小张的执着，老总不再拒绝，他说：“好吧，我就先从你这儿购买一些吧！你这没事就来，耽误我多少时间啊，

看来我已经没有选择的余地了。”

事实上，小张知道，老总确实需要并正在使用这种工具。多走几次就混熟了，既然混熟了，老总接纳他就是自然而然的事情。

做销售就要不怕被拒绝，因为销售产品和服务是一种匹配关系。被拒绝的原因很多，可能你推销的产品很好，但是客户企业由于资金链暂时紧张，一下子拿不出钱来买你的产品。有时候，客户不会跟我们说企业现金流出现困难，但我们却因被拒绝而沮丧。其实，无法预知的原因太多了，我们不知道到底是什么原因被拒绝的。做销售，就是从被拒绝开始的。

但是销售人不能害怕被拒绝，这是关于如何战胜自己的问题，显然是一个心理学的问题。但销售人需要的不是思考自己内心的原因，而是采取适当的行动。

做一件事保持平常心是最重要的，做一件事心安理得是一种境界。举一个反面的例子，骗子说一个谎心平气和，没有一点心理障碍，老实人说一个谎脸红心跳，这说明老实人去做骗子的话，显然在心理素质这一关上过不了。

一个优秀的销售人员恐怕没有这么多的理论，他们会觉得自己和人打交道，销售产品和服务是天经地义的。每天辛苦奔波，一单接一单地签下来，从未觉得自己和销售工作之间有什么障碍。对于销售工作，他们已经做到了以一颗平常心去对待，他们会有“我不做销售，谁做销售”的自我评价，很享受销售工作带来的乐趣。

销售生涯的最大障碍不是价格，不是竞争，不是客户的抗