



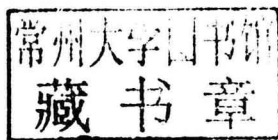
内训手册 • 销售话术 • 情景模拟
实战演练 • 成交策略

刘强◎著

- ◆ 读懂客户心理
- ◆ 搞定挑剔客户
- ◆ 解决成交难题
- ◆ 提升销售业绩

56[↑] 销售技巧
助你成为
销售能手

南方出版传媒
广东经济出版社



南方出版传媒
广东经济出版社

— 广州 —

图书在版编目(CIP)数据

绝对成交 / 刘强著. — 广州: 广东经济出版社,
2017. 11

ISBN 978-7-5454-5595-3

I. ①绝… II. ①刘… III. ①销售学—通俗读物
IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第165681号

出版人: 姚丹林
特约编辑: 马剑涛
责任编辑: 李惠玉 张晶晶
责任技编: 谢莹
封面设计: 润和佳艺

绝对成交

JUEDUICHENGJIAO

刘强 著

中文简体字版©2017年由广东经济出版社有限公司发行

出版 发行	广东经济出版社(广州市环市东路水荫路11号11-12楼)
经销	全国新华书店
印刷	北京龙跃印务有限公司
开本	710毫米×1000毫米 1/16
印张	14
字数	193 000字
版次	2017年11月第1版
印次	2017年11月第1次
印数	1-20000
书号	ISBN 978-7-5454-5595-3
定价	38.00元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与承印厂联系调换。

发行部地址:广州市环市东路水荫路11号11楼

电话:(020)38306055 37601950 邮编:510075

邮购地址:广州市环市东路水荫路11号11楼

电话:(020)37601950 营销网址:<http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博:<http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问:何剑桥律师

· 版权所有 翻印必究 ·

前言

许多销售员经常抱怨：我已经非常用心了，为何总是不能成交？客户不相信我，我该怎么办？我怎么说才能把产品卖给客户？我和销售明星一样努力，为何不能像他们一样成交？其实，很多时候不是你不够努力，也不是你不够用心，而是你不懂得成交的艺术。

传统的销售工作只是单纯地把产品卖给客户，而如今的销售工作已经发生了巨大的变化。很多时候，销售员更像是一个谈判专家和心理学家。与之前相比，无论哪个行业，都对销售员提出了更高的要求，不仅要求销售员具有良好的心态，能洞察客户的心理，能识别潜在客户，还要求销售员懂得做人做事的智慧，懂得拜访客户的技巧，懂得如何引导客户购买产品，懂得对不同客户采取不同的应对方案。

对于销售员来说，想要打开客户的心门并不是一件简单的事情，只有那些懂得学习、观察细致的销售员，才能获得客户的青睐。因此，要想提高销售技巧，销售员就要善于把心理学应用到销售之中，用自己的真诚、耐心捕获客户的心，消除客户的抵触心理，赢得客户的信赖。

由此可见，销售不是一个简单的工作，其过程会遇到各种各样的棘手问题，也会遇到挫折、打击，非常考验一个人的心理素质。因此，销售员要有一定的承压能力，能正确对待销售过程中遇到的各种压力，以积极的心态面对失败和挫折。

销售是一种以结果论成败的游戏，目的只有一个，那就是成交。在每一位销售员的心中，成交永远高于一切。假如没有顺利成交，就算销售员的口才再棒，心理素质再好，也不会赢得老板的赏识。在销售领域，令众人敬服的永远是那些取得非凡成绩的“销售大神”。

本书汇集了众多销售明星的实战经验，揭示了各个成功案例的成交秘诀，能教你学会如何洞悉客户的心理，如何赢得客户的信任，如何成功说服客户签单。本书是一本理论和实践相结合的实用工具书，相信通过阅读本书，您一定会受益匪浅。

目 录

第一章 没有好心态，如何谈成交

高度认同自己，建立打不垮的自信 / 002

克服胆怯心理，敢把产品卖给大人物 / 005

相信自己，挫折只是浮云 / 007

热情是销售的灵魂 / 009

野心越大，销售的潜力就越大 / 012

销售女神徐鹤宁：要百分之百相信你推销的产品 / 015

第二章 卖产品，就是“卖自己”

充分表现好人品，客户才放心 / 018

你够专业，才能打消客户的疑虑 / 021

人靠衣装，用服装锁住客户的心 / 024

礼仪——成交的“通行证” / 027

汽车销售大王乔·吉拉德：用名片随时随地推销自己 / 030

第三章 快速发现潜在客户，是做好销售的基本功

练就“火眼金睛”，识别潜在客户 / 034

多途径寻找潜在客户，不要一条道走到黑 / 038

跟进潜在客户，刺激客户的购买欲望 / 041

突破重围，寻找重要的决策者 / 044

房产销售大师汤姆·霍普金斯：人人都是你的客户 / 046

第四章 客户类型不同，要使出不同的撒手锏

干练型客户——直奔主题 / 050

节约型客户——用“白菜价”征服他 / 053

女性客户——赞美肯定屡试不爽 / 056

犹豫型客户——主动提出一些小建议 / 059

强势型客户——保持谦卑，以退为进 / 062

寿险推销之神原一平：任何准客户都有一攻就垮的弱点 / 066

第五章 熟捻拜访套路，就不怕被拒绝

毫无准备的拜访，成功概率为零 / 070

提前预约，拜访客户拒绝“空降” / 073

吊起客户的好奇心，产品介绍才能继续 / 076

读懂微表情，牢牢抓住客户的心 / 079

东方销售之神柴田和子：陌生的拜访者总让人心存戒心 / 082

第六章 初次见客户，瞬间赢得对方好感很关键

称呼得体，让客户“芳心暗许” / 086

牢记客户姓名，瞬间攻破对方心防 / 089

刚见面别谈生意，先套套近乎 / 092

打好“感情牌”，成交水到渠成 / 095

幽默——客户不忍说“不”的撒手锏 / 098

寿险大师乔·甘道夫：用独特的开场白抓住客户的注意力 / 101

第七章 展现产品魅力，激发客户的购买欲望

提炼卖点，“秀”出产品价值 / 106

三流销售卖产品，一流销售卖故事 / 109

专业术语要通俗地说 / 112

与其“王婆卖瓜”，不如做产品演示 / 115

销售天王金克拉：让客户看到产品的价值所在 / 118

第八章 掌握谈判技巧，不愁对方不上钩

争辩无法解决异议，只会加剧矛盾 / 122

永远不要亮出自己的底牌 / 124

让步，为成交保驾护航 / 126

采用欲擒故纵法，吊足客户的胃口 / 129

谈判时间、地点的选择也会有猫腻 / 132

说话有禁忌，谈判须谨慎 / 135

商业谈判大师罗杰·道森：永远不要接受第一次报价 / 138

第九章 被拒不可怕，成交从拒绝开始

前台“挡驾”，怎么搞定对方 / 142

客户下逐客令，应对有绝招 / 145

客户说“考虑一下”时，要抓住他的心动时机 / 148

客户说“价格太高”时，要谈一谈商品的价值 / 151

销售大师戴夫·多索尔森：从拒绝理由入手寻找说服客户的机会 / 154

第十章 看透客户的心，成交率百分之百

销售也讲究“攻心为上” / 158

利用顾客爱占便宜的心理，玩一些价格游戏 / 160

先交朋友再做生意 / 163

客户是“鱼”，赠品是“鱼饵” / 166

给足面子，满足顾客小小的虚荣心 / 169

顶级销售师博恩·崔西：寻找客户的兴趣点 / 172

第十一章 引导客户，让他跟着你的思维走

用语言引导客户的思维，变被动为主动 / 176

让顾客觉得赚了，你就赢了 / 179

利用从众心理，营造竞相购买的氛围 / 181

“清扫”疑虑，让顾客放心购买 / 184

利用“威胁法”，让客户抢着签单 / 187

著名销售大师齐格·齐格勒：暗示具有神奇的力量 / 190

第十二章 服务贴心周到，才能征服“上帝”

不怠慢客户，他便会成为你的免费宣传员 / 194

信任你的客户，就是最好的服务 / 197

把服务落实到细节，就能赢得订单 / 200

售后服务做得好，才能拉来回头客 / 203

想赢得好感，就要做客户的“好好先生” / 206

营销之神王永庆：销售人员要有为客户服务的精神 / 209

绝对成交

第一章 没有好心态，如何谈 成交

美国成功学大师拿破仑·希尔说：“要么你驾驭命运，要么命运驾驭你，你的心态决定了谁是坐骑，谁是骑师。”对于销售人员来说，心态是成交的基础。实践证明，80%的销售业绩是由心态决定的，心态不好的销售人员大多无法成交。因此，想要100%成交，就必须具备良好的心态。

高度认同自己，建立打不垮的自信

销售的本质是销售人员要把客户需要的产品和服务提供给客户，帮助客户选择正确的产品，而不是把产品或服务硬塞给客户。自卑是一种不健康的心态，直接影响销售业绩，是销售的大忌。在客户面前推销产品时，如果销售人员很自卑，总是唯唯诺诺的，就会让客户觉得你的产品质量不好，或者价格偏高。一旦客户内心产生这种感觉，再想改变他的想法就不那么容易了。

就算销售人员的业绩一直不太好，也要在客户面前表现得自信满怀，不可有丝毫的犹豫。客户询问产品的质量时，不要模棱两可地说“应该不错”或“我觉得还可以”之类的话，而是要十分自信地回答：“这个您尽管放心，我们的产品质量一直非常好，深受广大消费者的喜爱，回头客特别多。”因为客户询问产品的质量并不是觉得产品质量不好，而是象征性地问一句，消除心中的疑虑。此时，客户最想听到的是一个十分肯定的回答，只有销售人员承诺产品质量好，消除客户的疑虑，才能坚定客户购买的决心。

如果遇到强势的客户，一些缺乏经验的销售人员由于自卑，往往显得怯懦。客户很可能因为销售人员的自卑而产生各种顾虑，最后不敢购买。其实，销售人员没必要这样自卑，虽然对方是比较强势的客户，但是面对原则性问题，该强势的时候就要强势，这样反而可以坚定客户购买的决心。

销售人员除了在推销环节要保持自信外，在议价环节也要保持自信。一些缺乏经验的销售人员为了成交，不惜在刚开始时就压低价格，给自己预留的利润

空间非常小，其实这样并不是明智之举。“一分价钱一分货”，实际上，假如产品的质量足够好，价格高一些是可以接受的，销售人员没必要过分牺牲自己的利益。从某种程度上说，价格传递了产品的质量信息，价格高说明产品的质量好，价格太低反而容易引起客户怀疑。

无论销售人员做销售工作的时间长短，有无业绩，都应该摒弃自卑的心态，用自信感染客户，促成交易。只有保持自信，才能赢得客户的信赖，得到客户的认可。销售人员要有一种舍我其谁的气势，绝对相信自己的实力，不能有丝毫的自卑心理。

小李和小刘是两名刚走出校门的大学生，二人同时应聘销售主管一职，面试的题目是向一家商场推销一批水果。

小李和小刘二人水平相当，不过小李比小刘更自信一些。小李接到任务后，心想：原来这么简单，我相信自己的实力，肯定可以把这批水果卖给商场。小刘却有些担忧，害怕不能完成这个任务。

小李找到这家商场的采购主管，满怀自信地说：“您好，非常高兴能见到您，相信等我说明我的来意之后，您也会有同样的感觉。我是一家水果公司的销售员，今天来的目的是给您带来一个好消息。目前我们公司的水果在一线城市的各大商场都有销售，不仅质量上乘，而且价格低廉，各大商场的采购部门一直都是从我们这里订货。经过我的观察，你们商场的水果质量远不如我们公司的水果质量，价格反而比其他商场更贵，所以我觉得您有必要考虑换一家水果公司，直接与我们公司合作。”

小刘也找到这家商场的采购主管，唯唯诺诺地说：“您好，非常感谢您给我这个机会，让我向您讲解一下我们公司的产品。我们公司为大家商场提供水果，不知道你们商场是否考虑更换一家水果公司，如果考虑更换，可以联系我，也许您能对我们公司的产品感到满意。”

自信的小李和自卑的小刘谁能胜出已经显而易见，采购主管和小李合作肯定

会觉得是小李给了他一个机会，而和小刘合作则会觉得是他给了小刘一个机会。推销产品时，没有哪个客户愿意给陌生的销售员一个机会，除非他觉得这位陌生的销售员能给他带来利益。

自信可以为销售人员争取更多机会，赢得客户的信赖，使成交的概率大大增加，而自卑则会让销售人员丧失机会，所以销售人员必须摒弃自卑心态，在客户面前表现得自信起来。不过，自信并非是在短期内形成的，自卑的人不可能立即就变得自信，而是要经常做一些让自己佩服自己的事情，增强自我认同感。自信是建立在曾经的成功之上，无论是哪方面的成功，都可以增强我们销售时的自信心。

一项调查发现：自信有70%属于天生的，或在某种特定环境下逐渐形成的；有30%是通过训练逐渐形成的。大家也许会觉得自信只有30%可以通过训练获得，占的比例太小。其实，一个人只要能调动15%的自信，就可以与客户无障碍沟通，胜任销售工作。如果你缺乏自信，从现在开始，就要刻意做一些自信方面的训练，努力提高自己的自信心。

克服胆怯心理，敢把产品卖给大人物

如果你问任何一名销售人员一个问题：你在以往的销售过程中害怕过大人物吗？相信你会得到一个肯定的答案。实际上，即便是那些经验丰富的销售人员，第一次向大人物推销时也会感到恐惧。

在工作过程中，销售人员会遇到形形色色的人，这是销售工作的职业特点。当销售人员遇到那些声名显赫、有很高社会地位的大人物时，常常会因为胆怯而退缩，最后导致推销失败。和大人物预约见面时，许多销售人员往往刚听到大人物的声音就已经神色慌张，不知道该说些什么，说出的话前言不搭后语，支支吾吾的，甚至紧张得愣在原地。

其实，大人物也是人，没有我们想象的那么可怕。作为一名销售人员，在推销过程中也许会遇到许多比我们优秀的人，如果遇到大人物，销售人员应该调整心态，用自己的实力征服对方，会更容易使我们达成交易。

许多销售人员最怕见那些学识、地位、经济状况比自己好的人，宁愿和那些资质平庸的人打交道。这些销售人员害怕见大人物的原因无非是担心他们有不可一世的优越感，轻视销售人员的推销行为。其实，大人物往往为人处世都很低调，很少出现因为销售人员身份低微而轻视销售人员的行为。

孟子说：“说大人，则藐之。”这句话的意思是：见到大人物，要从心里面藐视他。销售人员和大人物的不同只是工作性质上的不同，不该在大人物面前感到自卑。销售人员不比谁矮一头，一样是凭自己的双手创造财富，所以没必要害

怕大人物。和大人物相遇时，要把自己摆在和他平等的地位上，而不是畏惧他。

乔·库尔曼是美国著名的金牌销售员，他说：“许多年前，我刚踏上保险行业，特别害怕看到那些大人物，甚至因为恐惧而不敢出门。休斯先生是一家大型汽车公司的老板，也是我遇到的第一位大人物。休斯先生穿着十分讲究，看到他后，我觉得自己的声音在发抖。我的紧张程度无以言表，很久之后心情才平复，不过说话还是支支吾吾的，连一句完整的话都说不出来。”

乔·库尔曼在后来的回忆中说：“想想以前干的那些蠢事，我觉得非常遗憾。不敢见那些大人物，缺乏推销的勇气，这让我失去了许多宝贵的机会。”

研究表明，遇到陌生人时，每个人的内心都有一些恐惧，如果遇到的是大人物，这种恐惧会表现得更加强烈。在大人物面前，如果你觉得恐惧，不如大大方方地坦然相告，让对方知道你的心境，也许能得到大人物的谅解，甚至鼓励。

作为一名销售人员，我们要学会消除对大人物的恐惧，因为只有不再恐惧那些大人物，我们的推销水平才能上升一个台阶。面对那些大人物时，不妨在心里暗示自己：大人物和小人物没什么不同，都是人，没必要害怕。如此一来，相信你内心的恐惧也就不那么强烈了。

为了克服这种自卑心理，单靠在家里对着镜子说“我非常自信，我不怕”是没有任何作用的。与其对着镜子暗示自己，不如多找几位大人物，和他们多接触几次。其实，只要能多接触大人物，自信自然而然就建立起来了。大人物见得多了，也就不会被他们身上的光环迷惑，更不会害怕他们的权势。

因此，害怕见大人物，一直选择逃避，是销售人员最不应该做的。因为如果不敢和大人物接触，你就会被困在一个小圈子里，更加畏惧社会地位高的人，这会导致销售人员更加丧失自信。

试想，假如每天与销售人员接触的对象都是那些只能满足温饱的客户，而不是那些资金比较富足的大人物，又如何能取得高业绩呢？所以，销售人员一定要多和大人物接触，利用大人物的资源成就自己的业绩。