

BITE-SIZE SALES TIPS

销售的金科玉律



“咬苹果” 销售诀窍

(英) 尼尔·沃特森 著

(英) 斯蒂夫·赫斯特 绘

张弘译

经济日报出版社

“咬苹果” 销售诀窍

BITE-SIZE SALES TIPS

(英) 尼尔·沃特森 著

(英) 斯蒂夫·赫斯特 绘

张 弘 译

经济日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

咬苹果销售诀窍 / (英) 沃特森著; 张弘译 —— 北京: 经济日报出版社, 2002.3

ISBN 7-80127-968-9

I. 咬... II. ①沃... ②张... III. 市场营销学 — 通俗读物 IV. F713.50-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 008088 号

©Neil Watson and Steve Hurst, 2001

本书由英国 Kogan Page 出版社授权, 贝塔斯曼亚洲出版公司转授权, 独家出版中文简体字版。

“咬苹果”销售诀窍

著 者	(英) 尼尔·沃特森
绘 图	(英) 斯蒂夫·赫斯特
译 者	张弘
责任编辑	傅源
出版发行	经济日报出版社
地 址	北京市宣武区白纸坊东街 2 号 (邮政编码: 100054)
电 话	010-63567690 63567691 (编辑部) 63567683 (发行部)
网 址	edp.ced.com.cn
E-mail	edp@ced.com.cn
经 销	全国各地新华书店
印 刷	杭新印务有限公司
开 本	787 × 1092mm 1/32
印 张	5.375
字 数	95 千字
版 次	2002 年 2 月第 1 版
印 次	2002 年 2 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-80127-968-9/F.299
定 价	13.00 元

版权所有 盗印必究 印装有误 负责调换

译者序

作为一个曾经在全球最大的专业市场研究公司从事过几年客户服务和专业销售的译者，我在整个翻译过程中都深深体会到与作者之间的巨大共鸣。我常常会忍不住停下敲打键盘的手指，大声朗读书中的片段，心中暗想——“对！销售就应该这样！”或者“唉，早知道应该这样做，就好了！那我当时的销售业绩一定会更好一些！”

其实，这本书的妙处就在于，读了它老手能“温故而知新”，新手也能感到醍醐灌顶、茅塞顿开。除了内容精辟全面，这本书的语言之生动幽默，也给我带来绝大的享受。一般而言，翻译是一桩枯燥乏味的工作，但翻译这本书却全然没有这种感觉。原书行文流畅生动，娓娓道来，深入浅出，不谈大道理，不讲大理论，处处充满睿智的幽默，好像是一位经验老到的前辈，正坐在你对面，手把手地教你。我相信，即使你是一位工作压力过大的销售人员，阅读这本书，也绝不会感到更加疲劳，相反，你还有可能在会心的微笑之间得到巨大的放松。我希望自己的译文贴切地传达出了书中的这种神韵。

这本薄薄的小书，就其页数而言，实在是微不足道，但在短小的篇幅中却蕴藏了无数的真知灼见。在翻译之时，令

我不断感慨的是，这本书不仅可以帮助一个人成为一个优秀的销售人员，更能帮助他做到人情练达，而后者的竞争性在竞争日益激烈的今天是不言而喻的。如果一定要我为这本书做一个比喻，那我愿意把它比成销售行业的《论语》——如果说“半部《论语》治天下”，那熟读半部《“咬苹果”销售诀窍》也可在销售领域“得天下”了。

张弘

前言

让我们来面对这个事实——销售员们，正是职场的英雄、商业世界的冠军。

管理人员长袖善舞，运筹帷幄，不管事实如何，至少他们可以制造如此假象：财务和行政部门维持着整个公司的基本运转，他们做得最多的是让一切井井有条；市场部门则是俯首帖耳，经历着磨难，他们都值得我们尊敬；而销售员们呢，他们就像穿上了“红舞鞋”，业绩只能做得更高更好，显然他们没有终点，而荣誉的桂冠，也非他们莫属。

这些英雄，这些销售员们，他们像现代骑士那样，长途跋涉，日夜奔忙，忠诚地向心中的目标、他们的“圣杯”挺进。这些英雄，这些销售员们，个个都很坚强，为了奔向成功，他们意志坚定、坚韧不拔，并善于学习和改变。

他们中的优秀者，对待困难泰然自如，勇于从失败中奋起；他们中的优秀者，知道这一行的真相——宽进严出，只有少数人才能登上金字塔的塔尖；他们中的优秀者，所赢得的东西远远大于那些碌碌无为的芸芸众生，他们为自己在聚光灯下赢得了一席之地，然后让结果来发言。

如果你手头有一台手提X光摄像机，请仔细瞄准这些英

雄的手提包，在定单簿下面，在金笔、手表、钱夹和奖章的旁边，你会发现这本被翻旧了的书——《“咬苹果”销售诀窍》，一本很特别的、对这些现代英雄们很有启发的书。

如果你是个英雄，如果你是个销售员，外出征战时请带上这本书。请视它为金玉良言，这些智慧的文字将把你推向众人瞩目的中心——日积月累的积淀会为你镀上一层理性的光芒。

英雄们，销售员们，谨以此书献给你们。

阿利斯戴尔·奇泽霍姆

马库斯·博恩公司执行董事

《成就报告》出版人

导 读

这本《“咬苹果”销售诀窍》是作者在几经挫败后的感悟。

有这样一些勤勉的专业销售人士,他们希望通过一种生动、详实、有趣,而且挑战思维的方式,来获得具有实际意义的、成效显著的训练,来帮助他们理解和领会他们所处领域的紧张忙碌的工作方式。

有这样一些勤勉的专业销售人士,他们在第一线埋头苦干,与客户定期进行面对面的交谈,慢慢发现这里面有一些宝贵的、但并不真正为人所知的诀窍。

还有这样一些勤勉的专业销售人士,他们很明确地知道自己想要什么,可是无论如何就是没法得到。

这些专业销售人士由此深信,与他们同病相怜的人肯定还有成千上万——渴望得到具有操作性的理念,渴望了解整个销售环节的方方面面,却无从着手。

所以,这些专业销售人士中的一位——正是本书的作者之一——因此而获得了灵感,这本循序渐进地讲述销售技巧的书便应运而生了。

这位作者所做的第一件事,就是寻找一位具有出版经验的人,来帮助自己达到目标。他通过当地的代理公司找到了这样一位人选——你肯定已经猜到了,这个人就是本书的另一位作者。

两位作者在商量之后，认为一开始还是将他们的“‘咬苹果’销售诀窍”刊登到杂志上比较好，这本杂志应该包含行业中最重要方方面面，并且是本既专业又通俗的工作方式类杂志。

这份媒体叫做《挂衣架——销售动力》，一本由销售人员写给他们的同行看的杂志。如果这本书能让你得到启发，那么这份杂志对你也肯定会有所启迪。

在做了六个月踏实的市场调查后，他们在杂志上开设了专栏。两位作者希望每一期“‘咬苹果’销售诀窍”都能为读者提供实用而生动的。结果各方反馈都认为，“‘咬苹果’销售诀窍”对于这份杂志，就像王冠上的那颗钻石，内容扎实、卖点独特，更重要的是，能有助于提高销售业绩。

一份深度读者调查证实了各方反馈。有超过70%的销售人员反映，“‘咬苹果’销售诀窍”是他们最喜爱的专栏。有人认为它非常有价值，有人认为它对提高他们的销售业绩非常有帮助，还有人说确实受到了它的启发。

该来的还是早点儿来的好。销售人员都在期待着这本书的降生，我们没有理由再让他们等待下去。如今《“咬苹果”销售诀窍》终于面世了。所有的挫折都再见吧，随着手指的翻动，让我们开始一个全新的启迪之旅。

尼尔·沃特森
斯蒂夫·赫斯特

The background of the left half of the image is a solid blue color. Overlaid on this blue background are several concentric white circles of varying sizes, creating a ripple effect. The circles are centered towards the right side of the blue area.

一本实用的销售宝典
销售人员的金科玉律

封面设计：张晶灵

作者简介

尼尔·沃特森（著者）在销售和营销领域有很强的专业背景，曾是一位享有盛誉的行动销售专家。

斯蒂夫·赫斯特（绘者）曾在商业出版界效力近30年，专门进行销售和营销方面的采访报道。

目 录

译者序

前言

导读

“就这样开始吧”

——基本销售小诀窍 1

打开你的公文包

——让人们接受它吧 19

出发

——在去见客户的路上…… 39

谈判

——销售的安身立命之术 59

客户即上帝

——怎样满足他们的需要 77

技术与通信

——充分加以利用 97

钱这东西

——越清楚越好 119

健康地生活

——休闲赚钱两不误 139

后记 161



“就这样开始吧”

——基本销售小诀窍



客户下定单的电话铃声一响，做爱又算得了什么！

在所有职业中，销售可能是回报最高的一种。与定单拥吻，不啻是人世间最大的快感之一，亲身体验过它的人，都认为它甚至比做爱还要令人如痴如醉。

这种说法更多的只是拿销售的乐趣与性生活的质量做比较，但实际上，与销售拥吻同样也会高度上瘾的。这也是为什么有这么多的人在销售中获得了一种持续一生的成功、高回报的职业生涯，而再也无法享受其他工作的原因。销售融入了他们的血液，他们需要定期“注射”。

但事物总有两面。在那硬币的另一面，我们看到，销售也可能是世间最让人沮丧的工作，它产生的巨大压力极易使人产生挫折感，而非快感，人们通过它只能勉强谋生而非得到成功的花环。这项工作可以在短短几年，甚至更短的时间里就使人崩溃，并且对健康造成说不清的长期损害。

这也是为什么对任何从事销售工作的人来说，有一个正确的开始是至关重要的。如果你在刚刚“起航”时便有了许多不良习惯的话，那么你就有可能永远也无法认识到自己的真正潜力。有一天，你或许将在沮丧中放弃销售，而抱憾转行。

在销售工作中，“先入为主”无处不在，第一印象也是永远的印象，客户购买的是你的人，因此你的聪明程度决定了你所能到达的高度。这只是销售行业中数百条“戒规”中的一条。

而戒规之所以成为戒规，是因为它们建立在事实基础上。但上面的这一条戒规，在一个个人关系超越一切的环境

里就更显重要。

非常有趣的是，绝大多数销售高手都笃信，在21世纪的第一个十年中，面对面的接触在销售中将比以往更为重要。而在一个远程移动通信迅猛发展、面对面的接触极易被淘汰的年代，这一点就更有启示意义。

销售始终都围绕着建立与维持关系这一点。这是最基本的道理，每一个销售员都必须学习并铭记于心，并使之成为人性之外的第二本性。

建立并维持一个好的客户关系，最好的办法就是在最恰当的时候，向客户提供他最需要的东西——而且是以最公平的价格。而建立和维持客户关系并始终使他们感到满意就是贯穿本章和全书的“双线”。

另一句新的行话是，销售员之所以领薪水，就是为了被人拒绝，此话不假。但事实是，当他们没有被拒绝时，他们的报酬会更高。如果你能在一开始就正确地掌握了销售的基本技巧，那么，你得到的将不再是“谢谢，但是”这样的话，而是比做爱更惬意的快感。

噢不！倒霉透顶的一天！

吃过千辛万苦万苦千辛，流过血流过汗流过泪（倒不一定按照这一次序），在我的百般努力之下，一位重要客户终于开恩，答应与我全面了。我明白这次全面生死攸关，因为生意能否做成在此一举，要知道，这可是一笔价值175万英镑的大生意，如果签下来，顶得上我做多少笔小生意啊！（下转第21页）



诀窍 1：说竞争对手的好话

绝对不要对你的竞争对手妄加评论，尤其是负面的评论。随便批评对手，不仅显得你缺乏专业精神，更会让客户小瞧了你。另外，这种做法也是相当危险的——假如客户过去曾经与你的对手合作过，那么你批评对手其实也就是批评客户，后果当然可想而知。

想想吧，对手的产品现在也许还积压在客户的仓库里。你可能觉得自己只是攻击对手而已，但却在无意中触到了客户的痛处，使他感到懊恼而尴尬。他会认为你是在指责他以前犯了一个愚蠢的错误，气氛会变得紧张。这也难怪，谁让你“哪壶不开提哪壶”呢？

假如在提到对手的产品时，你给两句无关痛痒的好评，客户心里肯定很舒服，觉得你是自己人，这时你再强调介绍你们公司的产品工艺怎样先进、质量怎样优良，他们才听得进去。



诀窍 2：步步为营

✓ 首先要销售的是你自己。培养对客户兴趣，充分研究他们，这样才有可能让他们对你感兴趣。人都是这样，只有先在心里接受了一个人，才会购买这个人介绍的产品和服务。如果你的客户觉得你的行为举止、思维方式都与他们不谋而合，他们才会把你和从对手公司来的那个人区别对待；而那个家伙之所以受到冷遇，就是因为他没有下功夫想办法与客户达成“共振”。

✓ 不要自顾自喋喋不休，要提问题。提问能帮助你控制局面。只有不断发问，你才有可能发现客户真正想要的是什么，他们期望的价格是多少。

✓ 用结果说话。向客户解释，你们的产品或服务能为他们带来怎样的益处。要记住，你销售的不是产品或者服务本身，而是客户最终得到的结果。客户买东西是为了让这东西服务于他们，所以你得花时间研究，他们购买你的产品或服务的真正动机是什么。

我需要问题，一个好问题总是能让我重燃生机。

——泰尼·罗兰