

销售

的45个黄金技能

盛安之 / 编著

经典回眸 / 巧手点金 / 思维创新 / 实战要点 / 情景再现

45 GOLDEN SKILLS OF
SALE



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

销售

的45个黄金技能

盛安之 / 编著

经典回眸/巧手点金/思维创新/实战要点/情景再现

∴ ∴ ∴ ∴ ∴ ∴ ∴ ∴

45 GOLDEN SKILLS OF

SALE



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

销售的 45 个黄金技能/盛安之编著.—北京:企业管理出版社,2007.10

ISBN 978-7-80197-875-2

I.销… II.盛… III.销售学 IV.F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 162446 号

书 名: 销售的 45 个黄金技能

作 者: 盛安之

责任编辑: 张 蕾

书 号: ISBN 978-7-80197-875-2

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100044

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部: 68414643 发行部: 68414644 编辑部: 68428387

电子信箱: 80147@sina.com zhs@emph.cn

印 刷: 廊坊市华北石油华星印务有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 720 毫米×1000 毫米 16 开 22 印张 300 千字

印 次: 2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 5000 册

定 价: 39.80 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

前 言

销售的世界,是神秘的也是透明的。神秘是因为有许多销售人员不知道怎样才能做好销售,他们努力了,结果却总让人伤心,得到的跟付出的不成正比。透明是因为在当今信息爆炸的年代,你的客户都是公开的,你的业绩也是透明的。在销售工作中,许多人认为销售只要吃苦、能说、能跑就可以了,遵循着这个传统的销售法则,很多销售人员迷失了自己,在一条错误的路线下,仍旧辛苦地奔跑。然而这条路是没有尽头,付出辛苦了还不知道有没有回报。

销售是靠成绩说话,靠业绩活着,靠利润生存。

大家都知道销售是把产品卖到消费者手里。可谁又能真正理解销售,传统销售总在束缚着销售人员的思维,使销售人员压抑着自己的思想工作。

作为职业化的销售人员,销售人员是平衡公司、客户、个人三者利益的切实实施者,正确的销售技巧将决定你的行动,良好的销售技能将成就卓越的销售业绩,卓越的业绩又会让你的职业生涯保持常青。

阿基米德说:“给我一个支点,我就能撬起整个地球。”所以说,销售人员要培养阿基米德这种巧干的“销售技巧”和“销售心态”。良好的销售技能就是成功销售的支点。作为一名销售人员,应该从态度和技能两方面进行修炼。

在销售的征途中,保持一个好的心态是非常重要的。你应该确信:从事销售事业的人都是精英。

有了好的心态,才能开始做销售方面的事。那么,你对自己的产品了解吗?了解到了什么程度?能不能像了解你最亲近的人那样,把你推销的产品好好的了解一番?你了解到了你产品的哪些方面?优势何在?又有什么样的劣势?

你的客户也许早就面对了很多像你这样的人了,可以说是“久经沙场”,甚至是已经“成精”了。你认为客户会从什么方面来刁难你?既然你要把产品销售

给他,你怎么证明他需要你的产品呢?这样的产品在市场上会只有你一家吗?

客户也许会采取“鸡蛋里挑骨头”的手法来打击你,会挑你产品的缺点。一大堆挑出来的缺点从客户嘴里一个一个蹦出来,你能一一解答,而且对答如流吗?你能让客户在你的言辞里只看到产品的优点,而看不到产品的缺点吗?

销售中有很多目前还暂时解决不了的问题,比如成本高造成的价格偏高,产品的产量比较低,产品的成品率不高,产品的竞争品牌过多。客户抓住了这些问题一一问你,你能回答上几个?

客户问你问题的时候,你是下意识的,不假思索地就回答他的问题,还是可以适当地对一些常见的问题想出巧妙应答的言辞?

面对客户的时候,是你的思维“马达”转的比客户快,还是客户牵着你的鼻子走?

如何从普通的销售员向顶尖销售员发展,如何成为一名优秀的销售员,这是萦绕在所有渴望成功的销售员心中的问题。

基于此,我们编写了这本《销售的45个黄金技能》,以此为广大销售人员答疑解惑,在销售工作的征程上走得更稳更远!

本书提供了实用的销售方法,有助于销售人员清晰、准确、自信地传达信息;讲述了一系列销售技巧,以提高销售人员的表达能力,使客户能够感受到销售人员给予他们的关注和敬意,使销售人员的产品介绍引人入胜,让销售人员的诚信深入人心,帮助销售人员与客户建立长期合作的伙伴关系,让销售人员的销售额直线提升。

作为一名销售人员,你会从本书中得到实用的、鼓舞人心的销售建议,涉及产品介绍、客户拜访、客户交谈、电话销售、网络销售、销售成交、销售服务、销售回款等方面的精彩内容。希望通过本书的学习,使你早日成为一名顶尖优秀销售人员!

本书适合各行各业从事销售工作的人士阅读,是所有销售人员打开销售成功之门的金钥匙。我们衷心地希望广大读者对本书提出中肯的意见和建议,以便本书再版时做出修订。

编著者

2007年12月

目 录

第一章 客户拜访技能

在销售过程中,客户拜访可谓是最基础最日常的一项工作:市场调查需要拜访客户,新品推广需要拜访客户,销售促进需要拜访客户,客情维护还是需要拜访客户。很多销售代表也都有同感:只要客户拜访成功,产品销售的其它相关工作也会随之水到渠成。

- ☞ 技能 1 准备工作 做足备战 /2
- ☞ 技能 2 拜访任务 行动周密 /7
- ☞ 技能 3 漂亮开场 吸引客户 /14
- ☞ 技能 4 有效交谈 抓住情感 /20
- ☞ 技能 5 成功拜访 化难为易 /28

第二章 深入客户技能

成功的销售人员在销售过程中与顾客建立一种友善关系,并且在销售活动中逐渐加深这种关系。当你赢得顾客好感时,顾客也就自然愿意接受你的建议。

- ☞ 技能 6 巧妙沟通 成功交流 /36
- ☞ 技能 7 友善和睦 客户情深 /43
- ☞ 技能 8 客户关系 持久稳定 /49
- ☞ 技能 9 不同态度 各有奇招 /55
- ☞ 技能 10 不良客户 应对巧妙 /62

第三章 销售宣传技能

不论在产品市场还是在服务市场中,竞争给消费者提供了更大的选择空间。此时,影响消费者选择与决策的因素已经不仅仅是产品本身,还有在产品、服务与消费者之间扮演桥梁角色的销售人员的宣传能力。

- ☞ 技能 11 信息传达 周到动情 /72
- ☞ 技能 12 产品展示 实证说服 /78
- ☞ 技能 13 广泛宣传 如数家珍 /83
- ☞ 技能 14 高层客户 效率制胜 /88
- ☞ 技能 15 专业销售 妙招宣传 /95

第四章 电话销售技能

电话销售确切的定义为:通过使用电话、传真等通信技术,来实现有计划、有组织,并且高效率地扩大顾客群、提高顾客满意度、维护顾客等市场行为的手法。很多人对电话销售反感,不是对模式本身的反感,而是对拨打电话的人的反感,同样一个公司的电话销售,不同的销售员拨出可能有截然不同的效果。电话销售的效果,销售员的能力起着举足轻重的作用。

- ☞ 技能 16 事前规划 做足准备 /104
- ☞ 技能 17 控制流程 把握技巧 /114
- ☞ 技能 18 有效沟通 突破障碍 /122
- ☞ 技能 19 情感触动 一线万金 /132
- ☞ 技能 20 巧用策略 把握原则 /141

第五章 网络销售技能

网络的发展为业务发展提供了一个极好的供求信息交流平台,如果能够有效利用,将会使销售额得到大幅度提升。每一个已上网建站

的企业或者网店,或多或少都尝到了因特网带来的好处,比如可以随时知晓产品信息,洞察市场行情,追踪竞争对手,了解业界走向等。明智的企业会更好的思索如何进行网络营销,让自己在网络和市场中光彩照人、更胜一筹。

- ☞ 技能 21 网站设计 个性展现 /152
- ☞ 技能 22 推广工具 技巧把握 /159
- ☞ 技能 23 优化网站 提高点击 /169
- ☞ 技能 24 网络广告 吸引客户 /177
- ☞ 技能 25 在线销售 把握关键 /184

第六章 销售交谈技能

销售本质上是一种沟通,是销售者与客户的双向交流,通过开场切入、引发兴趣、产品说明、异议处理等流程,最终双方达成一致。在这其中,双方都在重复一个动作,那就是“对话”。销售员在与顾客的谈话中,说话要有技巧,沟通要有艺术;良好的口才可以助你事业成功,良性的沟通可以改变你的人生。良好的交谈技巧,是一名销售员成就事业的重要环节。

- ☞ 技能 26 技巧交谈 避开禁忌 /192
- ☞ 技能 27 认真倾听 把握客户 /200
- ☞ 技能 28 巧妙提问 引导客户 /208
- ☞ 技能 29 说与沉默 相得益彰 /219
- ☞ 技能 30 谈判博弈 赢者有道 /228

第七章 销售成交技能

做销售工作的最终目的就是为了使买卖成交。成交的过程中,方法很重要。瞄准顾客的心理,用巧妙的方法巧解顾客心结是成交之道。销售员在日常销售过程中巧妙地利用这些方法,进行现场操练,达到“条件反射”的效果。到那时,在顾客的心中才真正是“除了成交、别无选择”。

- ☞ 技能 31 把握时机 要求成交 /238
- ☞ 技能 32 应对拒绝 挽回局面 /244
- ☞ 技能 33 锦囊妙计 促使成交 /250
- ☞ 技能 34 面对困境 成交至上 /257
- ☞ 技能 35 客户顽固 逼单成交 /264

第八章 销售服务技能

让客户满意的服务是销售中最重要的一种武器。无论是售前服务还是售后服务,有关产品的或无关产品的,客户的满意是心理的东西。“攻心为上”,只要客户满意了,销售给客户产品也就是顺理成章的事了。

- ☞ 技能 36 服务客户 满意为上 /272
- ☞ 技能 37 售后跟进 客户持久 /278
- ☞ 技能 38 服务神奇 化解问题 /285
- ☞ 技能 39 售后服务 把握技巧 /294
- ☞ 技能 40 过犹不及 坚持原则 /300

第九章 销售回款技能

提及回款,不管是业务新人还是销售老将,千言万语都归结为一个字:难。做得好,它是业务员平步青云的垫脚石;做得不好,它就是业务员寝食难安的紧箍咒。

如果你会用丰厚的利润去诱惑你的客户,用数据去说服他,用柔情去感动他,给他适当施加压力,帮他打开销售通道,挤压他的资金空间。最后,客户也只得抓紧回款。

对于销售人员来说,销售成交并非代表任务完成,回款拿到手中才是根本。对于企业而言,资金是企业运行的血液,而销售回款则是血液的源泉,回款几乎能决定着企业的生死命脉。所以,销售人员面对的压力不仅仅是把商品销售出去,而能够把货款如期拿到更为重要。

- ☞ 技能 41 回款难题 原因分析 /310

🌀 技能 42	控制重点	四管齐下	/317
🌀 技能 43	应对呆赖	清除障碍	/323
🌀 技能 44	把握自身	做好回款	/329
🌀 技能 45	成功回款	完满收尾	/338

第一章 客户拜访技能



在销售过程中，客户拜访可谓是最基础最日常的一项工作：市场调查需要拜访客户，新品推广需要拜访客户，销售促进需要拜访客户，客情维护还是需要拜访客户。很多销售代表也都有同感：只要客户拜访成功，产品销售的其它相关工作也会随之水到渠成。

然而，可能是因为怀有一颗“被人求”高高在上的心态，也可能是因为对那些每日数量众多进出频繁的销售代表们司空见惯，所以就有很多被拜访者对那些来访的销售代表们爱理不理。销售代表遭白眼、受冷遇、吃闭门羹的故事也多不胜数，很多销售代表也因此而觉得客户拜访工作无从下手。

其实，只要切入点找准，方法用对，你也会觉得客户拜访工作并非想象中那样棘手——拜访成功，其实也简单！

技能1:准备工作 做足备战

经典回眸

北京统一食品新一代的低端袋面上市时,在全国开展铺货竞赛,同时进行主打产品“小浣熊”干脆面的换卡促销活动。区域经理宣布完公司的决策之后,所有的业务代表都认为在公司规定的时间内完成两项工作是不可能的。区域经理在对员工进行了一番激励后,给大家发了一张《计划安排表》。

安排表计划如下:早晨6:00,到附近的早市去作展售。早晨7:10,布置好展售的工具,早餐。早晨7:30,迅速奔赴附近的小学开展促销换卡宣传和卡片兑奖的活动。早晨7:50,赶到分公司开早会,收拾拜访客户要带的POP和活动用的奖品、宣传品。上午8:30,奔赴各自区域,开展正常的业务拜访。中午12:30,午餐,休息。中午1:30,赶回各自区域,开始进行正常的业务拜访。晚上6:00,回分公司交单,总结,开会。

同时,在周、六日的时候,财务人员还配合零售渠道组的同事,积极开展大型商场超市的促销活动,而所有的业务代表则同仓管组的同事联手开展社区展售。

在一个月的时间里,零售组八位业务代表和零售渠道组的三位业代加上公司其他人员的配合。在正常业务拜访之外,共计搞了商场促销24场,集市和社区展售38场,学校活动115场。高密度的地面宣传有力的保证了新品铺市的顺利进行和“小浣熊”系列卡片的成功换卡促销活动完成。

从这个案例中,我们能看出,拜访前期的各项工作也是促使繁重的拜访工作成功有效的重要环节。以下几点准备工作,是有效完成任务的关键:(1)合理的工作内容的安排,提升时间效率。(2)在固定的时间拜访固定的客户,从而使客户形成接受拜访和订货的习惯。(3)调节好心态。(4)准备齐全拜访物品,设计好拜访内容。(5)及时总结分析工作情况。

巧手点金

要达到有效率的拜访,那么就必须做好准备工作,建立良好的工作心态和培养正确的工作习惯是关键。

1.保持良好的工作心态

(1)不要留恋已成过去的案例。过去的案例,只要留下经验,订好追踪计划就行了,积极往前开发才是当务之急。

(2)不要留在不好的情绪当中。失望、着急、抱怨、可惜、懊悔……,这些都只是浪费时间而不会有所收获的行为,应该抬头挺胸、带着笑容迎向未来。

(3)一个人的工作时间有限,如果不用在积极上,就会用在消极上。决定权在自己手上掌握,如果不自己决定,那么消极思想就会帮你决定。

(4)新案子是永远开发不完的,只要抬起头看向远方,人生就会到处充满希望。

2.培养正确的工作习惯

(1)检查自己每天的第一个案子:

一日之计在于晨,我们最常见的状况是,资格越老的销售员每天的第一个案子所排定的时间也越晚,这也好像变成了行业中的通则,当然这也是很多人无法成为优秀销售员的原因之一,因为在行业中待得越久,自律性却变得越差。

(2)制作日、周、月计划。按照计划实施拜访,让你繁琐的工作有条不紊。

(3)掌握拜访效率。保持拜访频率,控制好拜访时间间隔,是拜访成功的重要因素。

(4)备齐专业知识。只有掌握了产品和服务的专业知识,拜访时才能多提供有价值的信息。同时,作为你的产品和服务的专家,让客户更信任你。

思维创新

关于以上这些应该掌握的内容,如果仅仅只是知道而已,并不能真正创造收入、提升业绩、创造价值。真正的去做、去执行才是最重要的关键环节。

销售员积极培养良好的习惯,这会是成功的关键。以下是销售员应该注意的:

- 1.养成良好生活作息,不要留给客户精神状态不好的印象。
- 2.养成良好的运动习惯,保持个人的精神面貌和活力。
- 3.随时注意个人的外在形象,一个爱自己的人才会是客户能够安心结交的对象。
- 4.随时保持职业的敏感,因为销售的机会随时会出现,足够的警觉才能随时地掌握机会。

实战要点

1.在制作日、周、月计划时,销售员应该注意以下几点:

(1)制定出每一天的合理工作量,进一步制定每周、月的工作量和成果目标。

(2)前一周周末必须做下一周行程的确认,把工作量提前做第一次确认。

(3)前一天必须做第二天的行程确认,如有行程更动,马上做出工作量的调整,避免工作量不足。

2.如何掌握拜访效率。如果在实践中能做好以下几点会很好提升拜访效率:

(1)老、新客户拜访时间合理分配。积极发展新客户,创造新局面,一般按照“二八”的分配方式,老客户占20%,新客户80%。

(2)出发前再次电话确认拜访时间,同时提醒客户。

(3)根据区域做好客户拜访的安排,以免时间都浪费在交通上。

(4)前一天确认工具的准备,出发前必须再次确认。

(5)定出拜访目的,并在每一次的拜访中确实做出记录,为下次拜访主题的订定做参考。

(6)定出预计花费的时间,不要在单一案子上花太多时间,造成后面工作量的时间延误。

(7)出发前做好自我激励准备。

3.备齐专业知识

(1)投资在自己身上。个人提升要靠自己,而不是只靠企业安排培训。

(2)无知将会浪费自己的时间,更容易造成客户的不满。掌握充足产品和服务的专业知识,是赢得客户信任的重要环节。

(3)常做角色互换的练习。做商品解说自问自答的练习,自己同时扮演销售代表也扮演客户。

(4)多留意所有有助于销售的书面数据,相信数据的说服力。

(5)关心客户的生意,提供给客户有用的市场信息。

情景再现

1.情景案例

小周是一家酒业公司负责开拓集团消费(团购)业务的一名业务人员,作为一名新业务员,最担心拜访新客户,特别是初访,新客户往往不是避而不见就是在面谈两三分种后表露出不耐烦的神态。小周经常因为一个拜访的失败而影响下面的工作,同样拜访任务总是不能完成。

问题:请你帮助小周分析原因,想出解决办法。

2.角色模拟

假设你是一家烟草公司的业务代表,要拜访一家小型超市,拜访的主要目的是了解该客户是不是有购买烟草公司产品的需求,请你为自己设计拜访前要做的工作,以更好地达成有效拜访。

3.思维启蒙

成功属于有准备的人。拜访前了解客户也是在拜访中更好地与客户交流的关键。

为了更好地与客户沟通,在拜访前你应该掌握顾客哪些信息呢?

4.实物训练游戏

道具:笔、纸。

参加人数:5-6人

方法:游戏参加者选择各自的某一个客户,制作一张客户概况表,在表格中要记入客户的帐户名称、地址、联系方式,主要管理人员的姓名和职务,该客户的业务类型。同时,留出后续信息空间,还需要留出地方注明信息来源。

规则:填写表格后参加者根据客户概况,相互交流各自客户的拜访方案。

目的:通过该游戏可帮助游戏参加者培养良好的客户信息管理方法,从中寻找有效的销售信息和拜访客户的最佳方案。

5.提升计划

步骤	内容	时间安排	计划目标	实施标准	自我总结
第一步	列出你一周内的工作内容,合理地安排这些工作内容。				
第二步	制定出每一天的合理工作量,作出合理时间安排。				
第三步	拜访前确定拜访工具是否齐备及拜访时间、路程的安排。定出拜访目的,并在每一次的拜访中确实做出记录,以作为下次拜访主题的制定。				
第四步	备齐你的产品或服务的专业知识。				
第五步	总结分析拜访成果,做下一步行动计划。保持良好心态。				

为自己制定一份提升计划表,严格实施,提升计划预计在一个工作周完成。

参考答案

1.情景案例:小周末明确地知道拜访客户的主要目的,在拜访时没做细致的准备工作,在见客户前未了解客户的一些情况,见到客户时,往往迫不及待地向客户灌输产品情况,无异是撬开客户的大嘴向他猛灌“信息垃圾”。同时,小周没有良好的心态,也没有对各个拜访进行合理的计划安排。

2.角色模拟:答案略。

3.思维启蒙:答案略。

技能2:拜访任务 行动周密

经典回眸

博福·益普生(天津)制药有限公司是一家法资国际制药企业,博福的主要客户为各大医院。在营销业务方面,主要由医药代表在各医院的拜访中进行推广。

医药代表的日常工作主要是通过有效的拜访,发展和维护医院关系,进行药品推广,同时收集本公司和主要竞争对手的销售状况信息。

公司医药代表数量较多,经常出差到各地医院独立开展工作。在全国各地3000多家医院,医药代表通过拜访收集到本公司和主要竞争对手的药品销售信息,及时传回公司进行汇总分析,以便于公司制定相关业务策略。

拜访中,医药代表们及时记录医院主要负责人和医生的各种变化,同时记录每次拜访及科室会议、地区会议的相关信息,帮助公司掌握一线情况,指导医生提高对适应症的理解及对药品的接受程度,促进药品推广。

区经理及区域经理通过拜访记录,可以指导医药代表制定下一步详细的周期性客户拜访计划和推广计划,对医药代表的工作任务、日程安排、具体执行状况进行精细管理。

博福公司正是通过有效的拜访沟通,与客户建立起强大的业务关系网络。这种有效的拜访来自于拜访各项工作的细化和紧密连接,各步工作的有效实施促成了拜访工作的效率性。通过业务员拜访任务的有效完成和公司的网络式管