

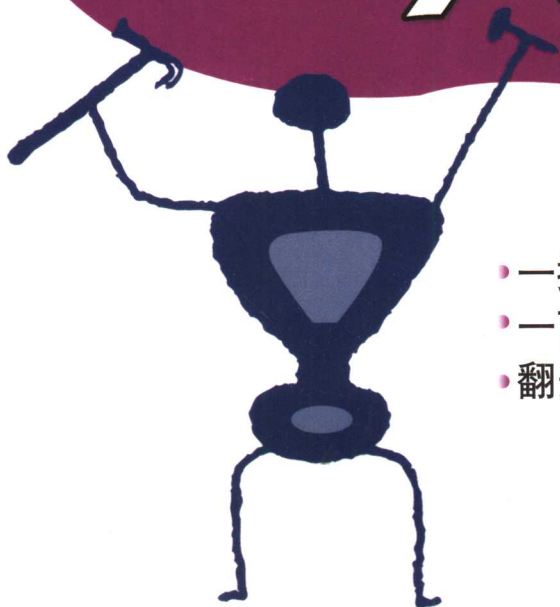
继畅销书《做人不要太老实》后的又一力作！

水中鱼◎著



IAOSHOU BUYAO TAILAOSHI

# 销售 不要太老实



- 一把老实人的**开心锁**
- 一面聪明人的**反思镜**
- 翻开本书，改变就已经**开始**！



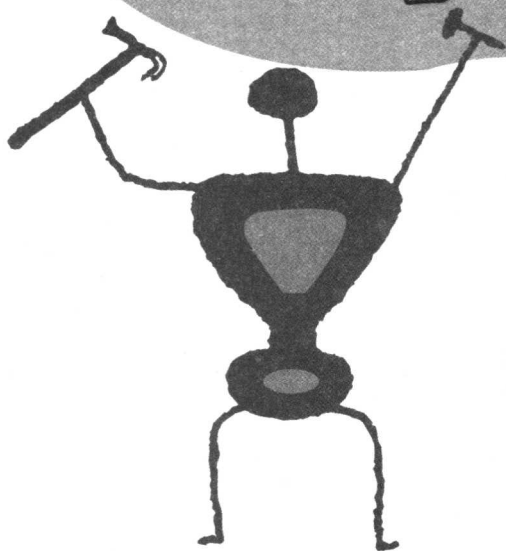
企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

# 销售 不要太老实



水中鱼◎著



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

销售不要太老实/水中鱼著.—北京:企业管理出版社,2007.10

ISBN 978-7-80197-877-6

I.销… II.水… III.销售学 IV.F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 162438 号

---

书 名: 销售不要太老实

作 者: 水中鱼

责任编辑: 章 兰

书 号: ISBN 978-7-80197-877-6

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 zbs@emph.com

印 刷: 保利达印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 787 毫米×1092 毫米 16 开 14.75 印张 10.5 万字

印 次: 2007 年 11 月第 1 版 2007 年 11 月第 1 次印刷

印 数: 5000 册

定 价: 25.00 元

---

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

## 前 言

列夫·托尔斯泰在他的《安娜·卡列尼娜》中说：“幸福的家庭都是相似的，不幸的家庭却各有各的不幸。”在销售领域也有一句类似的名言：失败的销售案例都是雷同的，成功的销售案例却各有各的成功之处。

为什么老实的销售员总是上演失败？他们自己也纳闷：不是说一份耕耘一份收获吗？我努力耕耘了，可为什么总是收获甚微呢？

老实的推销员就是那些按部就班，不知变通、不会用脑子做销售的人。这就是本书中对“老实的销售员”的定位。他们勤勤恳恳，却因为不知变通而处处碰壁；他们实实在在，却因为不懂争利而容易吃亏；他们做梦都想着拿大单，却因为思维方式的僵化、生存手段的缺乏而无法在竞争激烈的销售领域立足。在这里，我们说“销售不要太老实”并不是暗示销售员在销售中要耍滑，要欺骗，恰恰相反，我们肯定了老实销售员的诚实品质，只是告诉他们在做销售时要灵活机动，不能循规蹈矩，一条道走到黑；要学会用脑拿订单，而不仅仅是靠体力和汗水。

销售技巧固然重要，但对于老实的销售员来说那是细节问题，现在他们亟待解决的问题是：转变观念，突破僵化的思维方式。因为观念决定行动，思维方式决定做事方法。

更何况销售技巧并不是放之四海而皆通的规则,如果在没有转变观念之前让老实人学习技巧,那些技巧很有可能会成为他们的教条。

我编写此书的目的在于:提醒那些每日奔波劳累的销售员们停下来,思考自己的失败之处,主动寻找属于自己的那条道路。我们一致的终极目的就是——不要再活得如此艰难!

作者

2007年10月



## 第 1 章 销售太老实等于缺业绩

- 钱总是装不进自己的口袋 /3
- 为找不到客户而苦恼 /5
- 没有关系网,到处搞突击 /7
- 被压力压弯了腰 /9
- “煮熟的鸭子”又飞了 /11
- 经常被拒绝 /13
- 害怕敲响顾客的门 /15
- 被人看不起 /17
- 软弱可欺 /19
- 只有客户没有朋友 /21
- “混”了多年还只是个底层销售员 /23
- 没信心,觉得自己不是干推销的料 /25
- 灰心绝望、焦躁不安 /27
- 盲目模仿成功人士 /28
- 抱怨环境和命运 /30

## 第 2 章 销售太老实等于缺人脉

- 认为销售的核心就是卖东西 /35
- 不会自抬身价 /37
- 不能让客户先成为朋友 /40
- 喜新厌旧 /42
- 不知道为下次推销留后路 /44
- 只顾自己搭桥,不会拆别人的桥 /46



|              |     |
|--------------|-----|
| 因小习惯丢了大单     | /48 |
| 因说话不得体失去潜力客户 | /50 |
| 不拘“小节”       | /52 |
| 眼神就把客户吓跑了    | /54 |
| 仪表不周         | /56 |

### 第3章 销售太老实等于缺心计

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 不知抢占先机          | /61 |
| 没有自我保护意识        | /63 |
| 不能忍辱负重          | /66 |
| 被人拒绝太丢面子        | /68 |
| 不为自己留点生存空间      | /70 |
| 只知道埋头苦干         | /72 |
| 小客户更容易攻下来       | /74 |
| 不懂满足他人的需要       | /76 |
| 不会掩饰自己的情绪       | /78 |
| 把东西卖出去就万事大吉了    | /80 |
| 价格越低越能吸引顾客      | /82 |
| 他已说不买,我就没必要再坚持了 | /84 |
| 循规蹈矩地接近顾客       | /86 |
| 做事死板,不知道变换角度    | /88 |
| 不会选择拜访时机        | /90 |

### 第4章 销售太老实等于缺方法

|          |     |
|----------|-----|
| 做事不计后果   | /95 |
| 企图一口吃个胖子 | /97 |
| 敲开门就直奔主题 | /99 |



|               |      |
|---------------|------|
| 带着职业腔调        | /102 |
| 喋喋不休,说个没完     | /103 |
| 不了解客户就去盲目“攻城” | /105 |
| 从来不做销售计划      | /107 |
| 碰到什么就做什么      | /110 |
| 我并不重要,重要的是产品  | /113 |
| 不观察就妄下结论      | /115 |
| 客户对于我来说都一样    | /117 |
| 不会揣摩顾客的心理     | /119 |
| 过度推销          | /121 |
| 在电话里就开始推销     | /124 |
| 一味地对自己的产品夸大其词 | /125 |
| 说赢客户就等于成交     | /127 |

## 第 5 章 销售太老实等于缺眼光

|              |      |
|--------------|------|
| 销售是个不太光荣的职业  | /133 |
| 我就是个卖东西的     | /135 |
| 一心期待别人的认同    | /137 |
| 时常找错对象       | /139 |
| 以貌取人         | /141 |
| 满脑子都是即将到手的订单 | /143 |
| 没有业绩是因为我运气不济 | /146 |
| 小单不拿,拿大单才过瘾  | /148 |
| 我不是偷懒,是……    | /150 |
| 能完成规定的业绩就行   | /152 |
| 急于求成         | /154 |



## 第 6 章 用脑销售才是硬道理

- 相信自己能行 /159
- 自己动脑思考 /161
- 为成功找方法 /163
- 从低迷中走出来 /165
- 灵活主动地去争取 /167
- 建立好人缘 /169
- 拒绝的隔壁是成交 /172
- 检讨自己销售中的缺点 /174
- 转变老掉牙的销售观念 /175
- 发挥自己的优势 /176
- 改变一成不变的推销方式 /179
- 制定自己的销售计划 /181
- 激发客户的购买欲 /183
- 利用顾客的好奇心 /186
- 从客户身边的人下手 /188
- 想尽办法满足客户的需求 /190
- 客户到处都是 /191
- 巧妙地接近顾客 /193
- 抛开做销售的恐惧 /195
- 树立必胜的竞争心理 /198
- 能说还要会说 /200
- 让第一印象抢滩登陆 /202
- 到什么山唱什么歌 /204
- 推销员的高招:见招拆招 /207
- 一心为顾客着想 /210



关注顾客的反应 /212

认真体察顾客的心 /213

放长线,钓大鱼 /215

注意成交后的细节 /217

争取老客户回头 /220

继续发扬“诚实守信”的精神 /222

# 第 1 章

销售太老实等于缺业绩







## 钱总是装不进自己的口袋

有一种人被称为“老实人”。他们虽然实在稳妥,却总是按部就班、循规蹈矩。他们因为不懂进退而吃亏,因为思维方式的单一而默默无闻。他们的人格绝对没有缺陷,我们也不能将其作为贬低的对象。但是,他们很难在竞争激烈的社会中脱颖而出,总是在艰难地挣扎着前进。

在销售行业也有这样一群老实人,他们规规矩矩跑业务,勤勤恳恳做销售,却总是没有突出的业绩。没有好业绩就没有高提成,这是销售行业尽人皆知的规则。这些老实的销售员眼睁睁地看着大把大把的钞票被塞进了同行的口袋,而自己的口袋却总是空空如也。没有地位,挣不到钱,家里人反对、朋友看不起,他们孤独地在“贫困”线上挣扎。

贫穷很容易使这些老实的销售员陷入恶性循环。没有钱,就会只顾了为柴米油盐操心,而无暇去考虑怎么改变现状;没有钱,就不敢放弃手里那块小面包,去追求更多更好的东西;没有钱,就进不了有钱人的圈子,就只能在穷人堆里混,没有钱,就会情绪不佳,热情不足,而一个没有热情的销售员是很难做出业绩的。身居底层,便很难高瞻远瞩,于是他们总是错过机会,一直都在仰望那些成功的销售精英。

是什么使其陷入了举步维艰的小巷中?罪魁祸首就是他

销售太老实等于缺业绩



们的小巷思维。

某一个地区,有两个报童在卖同一份报纸,两人是竞争对手。

第一个报童很勤奋,每天沿街叫卖,嗓门也响亮,可每天卖出的报纸并不很多,而且还有减少的趋势。

第二个报童肯用脑子,除了沿街叫卖外,他还每天坚持去一些固定场合,到了就给大家分发报纸,过一会儿再来收钱。地方越跑越熟,报纸卖出去的也就越来越多,当然也会有些损耗,但很小。

渐渐地,第二个报童的报纸卖得越来越多,第一个报童能卖出去的报纸也就越来越少,不得不另谋生路了。

就是这种不知变通让老实的销售员渐渐陷入了贫穷的境地之中。他们更愿意用体力硬拼,而不肯用脑子去竞争。一个不会用脑子的销售员,是永远无法创下大业绩的,当然,他也很难走出贫穷的境地。

有一家银行推出信用卡的销售广告,广告内容是“真正的财富不是口袋里有多少钱,而是脑袋里有多少东西。”脑袋就是一个人的想法、观念的集合体,想要使口袋有钱,一定要先让你有一个富有的脑袋。因为一个人贫穷,不只是口袋贫穷,更重要的是其脑袋贫穷。想法决定你的一生,只有先有了富有的想法,才能让生活更加富有。

不会用脑子的销售员,是永远无法创下大业绩的,当然,他也很难走出贫穷的境地。



## 为找不到客户而苦恼

有一个推销新手工作一段时间后,因为找不到顾客,自认为干不下去了,所以向经理提出辞职。

经理问他:“你为什么要辞职呢?”

他坦白答道:“我找不到顾客,业绩很差,只好辞职。”

经理拉他到面对大街的窗口,指着大街问他说:“你看到什么了?”

推销员答道:“人啊!”

“除此之外呢?”

“除了一大堆人,就只有路啊?”

经理又问:“在人群中,你难道没看出许多的准顾客吗?”

推销员说:“他们与我根本不相干,怎么会一下子成为我的客户呢?”

顾客来自准顾客,准顾客满大街都是,问题是如何将他们找出来。推销高手永远有拜访不完的准顾客,而那些老实的推销员却总是为找不到准顾客而发愁。

对于老实的销售员来说,客户永远在遥远的地方,需要他们逐一去拜访。正在他们长途跋涉,大街小巷地去拜访客户的时候,那些就在眼前的潜在客户反而被他们错过了。等到他们“艰苦卓绝”的拜访被拒绝后,他们又开始怨天尤人,埋怨自己

销售太老实等于缺业绩



运气不佳。这些老实的销售员只顾拼了命赶路,就算馅饼砸在了脑袋上都不会低头看一下,更不要说把它捡起来。他们就这样一直昂着头走自己的路,不仅不反省自己的失败,可能还会为自己的马不停蹄而感到骄傲。

对于老实的销售员来说,客户永远只是在遥远的地方,需要他们逐一去拜访。





## 没有关系网，到处搞突击

老实的销售员多因不会变通，所以总是处于艰难的境地。他们没有自己的关系网络，总是到处奔波，四面突击。结果搞得自己狼狈不堪，还没什么业绩。

他们为什么会如此艰难？主要是因为他们没有丰富的人脉资源，就像无头苍蝇一样到处乱撞，当然既辛苦又没有业绩了。

很久很久前，在意大利中部的小山村里，有一对孪生兄弟，他们负责把附近河里的水运到村广场的水缸里，这是村里人交给他们的任务。两个人每天都挑着两只水桶，在河边通往村里的路上奔波。忙碌一天，他们才能把村里的水缸装满。这时村里的长辈会按每桶一分钱的价钱付给他们劳务费。

哥哥对目前的生活满意，但弟弟却不满足眼前的生活。他决定修一条管道，把河里的水引到村里来，那样他就可以不用整天奔跑在去河边的路上了。为了不影响村里人用水，也为了维持自己的生计，他把白天的时间用来提桶运水，晚上的时间则用来建造管道。他知道，在坚硬的地上挖一条管道是非常困难的，而且要修成管道需要一两年的时间，但他却依然坚定不移地努力着。

哥哥和村里人开始嘲笑弟弟，称他为“修管道的傻子”。哥

销售太老实等于缺业绩