

提高销售业绩的培训宝典

· 安宇◎著 ·

五步 拿订单



销售人员基本技能训练

掌握五种技巧◎拿下订单并不难



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

F713.3/139

2008

五步 拿订单

销售人员基本技能训练

安宇◎著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

五步拿订单:销售人员基本技能训练/安宇著. —北京:北京大学出版社,
2008.7

ISBN 978-7-301-13942-4

I. 五… II. 安… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 084949 号

书 名: 五步拿订单:销售人员基本技能训练

著作责任者: 安宇 著

责任编辑: 于海岩

标准书号: ISBN 978-7-301-13942-4/F · 1974

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672

编辑部 82893506 出版部 62754962

电子邮箱: tbcbooks@vip.163.com

印刷者: 北京富生印刷厂

经 销 者: 新华书店

787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 12 印张 182 千字

2008 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 30.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024; 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

Contents



目 录



第一章 如何接近客户

▶ 第一节 赢得面谈的机会/5

打电话接近客户的目的/5

打电话前需做的准备工作/8

通话过程中应遵循的步骤/11

通话过程中应注意的问题/14

▶ 第二节 建立良好的第一印象/17

良好的外表/18

正确的身体语言/18

轻松的开场白/21



第二章 如何发掘客户需求

▶ 第一节 认知需求/33

为什么要了解需求/33

了解需求的重要性/34

需求的本质/36

需求与购买的关系/37

需求的层次/39

▶ 第二节 利用发问了解需求/41

发问的形式/41

发问流程：油灯法则/43

向客户发问的三个原则/47

探询客户的隐忧/48

▶ 第三节 发问和聆听/50

为什么要控制局面/50

如何利用反问来控制局面/51

动态聆听/53



第三章 如何有效地进行销售陈述

▶ 第一节 认知销售陈述/63

销售陈述的定义/63

销售陈述的重要性/64

销售陈述的注意事项/66

销售陈述的目的/67

▶ 第二节 介绍利益/70

与客户的需求相结合/70

特点和利益/72

▶ 第三节 知己知彼/77

了解客户的心理/77

了解产品和服务/81

了解竞争对手/82

实战演练/84

▶ 第四节 表达技巧/87

销售陈述的程序/87

积极语言的力量/87

非语言的力量/92

准确地回答客户的提问/95



第四章 如何处理客户异议

▶ 第一节 处理异议的四步法/103

异议的实质/103

第一步:采取积极的态度/106

第二步:认同客户的感受/107

第三步:使反对具体化/109

第四步:给予补偿/114

▶ 第二节 不同类型的异议/118

需求方的反对意见/118

有关货源的反对意见/120

▶▶ 第五章 如何快速达成销售协议

▶ 第一节 主动地提出交易/133

达成协议时销售人员的心理障碍/133

克服达成协议时的心理障碍/136

▶ 第二节 达成协议的时机/140

掌握达成协议的时机/140

留意购买信号/141

语言、非语言形式的购买信号/142

▶ 第三节 达成协议的方法/146

利用直接法达成协议/146

利用选择法达成协议/147

利用总结利益法达成协议/150

促成成交的技巧和管理过渡/151

▶▶ 附录 工具表单

表1 客户基本资料调查表/157

表2 电话访问客户登记表/158

表3 塑造良好的外表检查表/159

表 4 塑造良好的身体语言/160

表 5 选择合适的开场白/161

表 6 客户需求调查表/162

表 7 客户购买方案选择意向表/163

表 8 使用“油灯法则”/164

表 9 动态地聆听/165

表 10 销售陈述培训计划表/166

表 11 产品分析表/167

表 12 竞争对比分析表/168

表 13 提高销售陈述水平进度表/169

表 14 与客户面谈记录表/170

表 15 客户需求情况调查表/171

表 16 克服达成协议时的心理障碍/172

表 17 识别客户的购买信号/173

► 参考答案/174

第一章

如何接近客户

通过学习本章,你将能够:

- 利用电话与客户建立联系,赢得面谈的机会
- 以良好的外表、优雅的身体语言树立自己的形象

自我检测

从事销售工作的你，在接近客户的过程中，曾有过成功，也曾有过失败，但是你是否明白究竟为什么会有时成功而有时又遭失败吗？其实这与你接近客户的技巧有关。请认真做以下的选择题，以检验你对接近客户技巧的掌握程度。

1. 你是否能认真地把与客户的每一次面谈都看做成功的起点？
A. 是 B. 看情况 C. 否
2. 你觉得在拜访客户之前你的准备工作做得如何？
A. 很好 B. 一般 C. 不准备
3. 你经常和客户在电话里谈论细节吗？
A. 经常 B. 一般 C. 从不
4. 你是否觉得关心客户的私人信息会增进与客户的友好关系？
A. 是 B. 也许 C. 否
5. 每次在与客户见面之前，你是否能做到有意识地整理一下自己的外表仪容？
A. 经常 B. 有时 C. 很少
6. 你是否觉得办公室是与客户商谈业务的最佳地点？
A. 是 B. 一般 C. 否

7. 客户是否经常对你的开场白表示出极大的兴趣?

A. 是 B. 有时 C. 很少

8. 你是否愿意把面谈的主动权让给客户?

A. 是 B. 有时 C. 很少

现在, 在做完了上面的测试题后, 请你根据评分说明, 为自己评分。

1、2、5、7 题选择		
A. 3分	B. 2分	C. 1分
3、4、6、8 题选择		
A. 1分	B. 2分	C. 3分

➡ 如果你的总分超过 21 分, 说明你在接近客户技巧方面已经具备了相当的经验, 但仍需有针对性的提高。

➡ 如果你的总分低于 15 分, 说明你还需要对接近客户的技巧进行系统学习, 那么现在就开始行动吧!



第一节 赢得面谈的机会



打电话接近客户的目的

◆ 赢得面谈的机会

在日常的生活与工作中，许多人都曾有过接到一些销售商的电子邮件或邀请函的经历，实际上这正是销售商接近客户的一种方式。销售商通过这种手段接近潜在的客户，与他们建立联系，目的是赢得面谈机会，以便将产品展示给这些客户。事实证明，客户很难拒绝面对面的销售。

打电话接近客户的目的：
获得与客户面谈的机会

◆ 利用电话接近客户不同于电话销售

电子邮件、销售信函或展会的邀请函都是赢得面谈机会的方式。而利用电话接近客户则更是销售人员经常运用的方法。但利用电话接近客户不同于电话销售：电话销售是通过电话向潜在客户展示自己的产品和服务，以获取客户的订单。而利用电话接近客户是通过电话来赢得与客户见面的机会，通过面谈以获取客户的订单。电话销售及与其类似的销售方法的成功率往往低于面谈销售的成功率。因此，我们要善于通过电话获得与客户面谈的机会。

◆ 打电话接近客户时的常见错误

➡ 抨击竞争对手。抨击竞争对手并不是专业的销售行为，反而可能会给客户留下不好的印象。

➡ 电话里谈论细节。在电话中可以简明扼要地介绍自己公司的优势，但要避免谈论细节。因为在客户了解不全面的情况下容易因细节不合而失去合作机会。

➡ 不清楚谁是主要负责人。越多地了解客户的情况对销售就越有利。此时知道客户的名字，更容易使决策人接听电话，也会使对方有被尊重的感觉。

➡ 在电话里与客户讨价还价。在电话里与客户讨价还价不是销售的正确步骤，应在确认客户的需求后，再讨论交易条款。

自 检

请看以下的情景对话，并回答相关问题。

销售人员：早上好！请找一下王处长。

接线员：哪个王处长？是王文京还是王勇？

销售人员：请问哪一位负责办公室采购？

接线员：王勇，我给你转过去。

销售人员：谢谢！

销售人员：您好！是王处长吗？我是迅达公司的胡斌，我能和您约个时间见面吗？

王处长：有什么事吗？

销售人员：您一定听说过迅达公司吧？我们为客户提供全国范围的快递服务，确保24小时内迅速到达。

王处长：飞马公司一直在与我们合作，处理这类事务。

销售人员：我们更能保证最低的价格。

王处长：你们的价格是多少？

销售人员：每公斤6元。

王处长：飞马公司的价格比你们还便宜。

销售人员：真的吗？我们还能保证最快到货。

王处长：可能是吧！不过我们今年不打算做什么变动，你明年再来电话吧！再见！

很显然，这名销售人员的这次电话拜访是失败的。如果你是一名销售人员，你认为下面哪些做法是正确的？哪些是不正确的？并阐明理由。

1. 询问飞马公司（竞争对手）的具体价格及服务情况，以找出其弱势区域，进行抨击。
2. 避免在电话里谈论细节，争取赢得面谈机会。
3. 进一步说明自己公司如何保证做到最快到货。
4. 打电话前先了解谁主要负责办公室采购。
5. 表示自己的报价还可以再商量，并在电话中和客户讨价还价。



（见参考答案1）



打电话前需做的准备工作

在日常工作中,我们经常可以看到一些销售人员,在只掌握了客户的电话号码和很少的资料的情况下,便开始与客户联系。一天中他们可能打很多电话,但是获得与客户面谈的机会却很少。其实如同做其他重要事情一样,在每次给客户打电话之前也应做好充分的准备。如果我们把每一次的拜访或电话拜访都看成是可以影响将来发展的一个重要步骤,并进行充分准备的话,那么每一次的电话拜访都可能会非常成功。

◆ 收集客户的资料

在给客户打电话之前,要尽量了解客户。只有准确地了解客户的需求,才能有的放矢,赢得客户的关注。而收集客户的有关资料是全面了解客户的必要准备工作。收集客户资料可以通过多种途径来进行,例如通过客户的行业杂志,通过互联网等。

◆ 了解客户潜在的需求

了解客户可能有哪些潜在的需求,目标是明确你可能给客户提供哪些产品和服务。在了解客户需求时,还要综合考虑客户的行业及其在这个行业中所处的位置。

◆ 找出关键的人物

负责客户相关业务的关键人物可能至少有两位:一位是部门的主管人员,他是使用者,提出采购的要求;另外一位是客户的采购经理,他做最后的决策,最终决定是否接受你的产品或服务,以及如果接受你的产品或服务,他们可能接受的具体条款。

自 检

阅读以下案例，并回答相关的问题。

王经理将今日晨报社这家客户交给了小李负责。今日晨报社是华东地区最有影响的报社之一，对于公司来讲，是一家新客户。为了确保赢得这家客户，小李必须事先做一些周密的准备工作。小李首先登录到《今日晨报》的网页上，了解报社的组织结构、经营理念、通信地址和电话，然后把这些资料记录到客户资料中。接着又给另一家报社信息中心的主任打了一个电话，了解了《今日晨报》的计算机、编辑排版和记者采编等系统。然后，向行业界的朋友打听了关于《今日晨报》的其他相关资料，并了解到《今日晨报》信息中心的何彩丽主任负责此次电脑的采购。

请问，小李打电话前做了哪些准备工作，并举例说明。



(见参考答案2)

◆ 理解客户的远大目标

作为一名销售人员，同时也可以做客户的合作伙伴。客户之所以接受你的产品或服务，是因为他觉得你作为一名优秀的销售人员，可以提供一流的产品和服务，来有效地帮助他达到自己的目标。因此，销售方和客户之间是互惠的关系。销售人员一定要树立一种与客户互惠合作的理念，这样才能充分获得客户的信任，使合作得以顺利开展。