

普
华
经
管

正略钧策
ADFAITH

Mc
Graw
Hill

Education

【金牌销售员 实战丛书】

你所不知道的 销售密码

方式 远比内容重要
体态语沟通 最有效

[美] 杰哈德·葛史汪德纳 著
Gerhard Gschwandtner
姜 鹤 译

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

普
华
经
管

A 正略钧策
ADFAITH

Mc
Graw
Hill

Education

【金牌销售员 实战丛书】

你所不知道的 销售密码

方式远比内容重要
体态语沟通最有效

[美] 杰哈德·葛史汪德纳 著
Gerhard Gschwandtner
姜 鹤 译

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

你所不知道的销售密码/ (美) 葛史汪德纳 (Gschwandtner, G.) 著; 姜鹤译. —北京: 人民邮电出版社, 2008.7

(金牌销售员实战丛书)

ISBN 978-7-115-17982-1

I. 你… II. ①葛…②姜… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 053783 号

内容提要

尽管大多数销售人员能够正确地陈述, 但是往往由于弄巧成拙的体态语而错失交易的良机, 那些知识和见解看似不如他们的人却能够赢取更多的订单。实践证明, 人类的情感和态度相互沟通的方式比内容要重要得多, 也就是说体态语沟通最有效。

解读客户的体态语并对之做出正确的反应是一种事半功倍的销售技巧。本书将为你展示如何运用体态语沟通技巧与专业销售技能相结合, 来提升销售业绩。书中所提供的百余张图片将为你展示大多数销售情境下最重要的体态语表达方式, 以及这些体态语相对于你的销售策略所具有的含义。

本书适合专业销售人员、销售培训人员等阅读。

金牌销售员实战丛书 你所不知道的销售密码

◆ 著 [美] 杰哈德·葛史汪德纳 (Gerhard Gschwandtner)

译 姜 鹤

责任编辑 王华伟

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京铭成印刷有限公司印刷

新华书店总店北京发行所经销

◆ 开本: 700 × 1000 1/16

印张: 14.5

2008 年 7 月第 1 版

字数: 120 千字

2008 年 7 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-17982-1/F

定 价: 29.80 元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

前 言

本书将为你展示如何运用体态语沟通技巧与专业销售技能相结合，来提升销售业绩。体态语沟通可以说是销售流程中一个至关重要的部分。充满自信的举止和神态能够引领自己走向成功，历史上不乏类似的精彩案例：

在当年总统候选人理查德·尼克松与约翰·肯尼迪那场著名的电视辩论之后，大多数电视观众认为肯尼迪出众得多，而大部分电台听众则断定尼克松会赢得辩论。

在销售领域，众多销售人员的体态语沟通能力还有待进一步艰苦磨练。尽管大多数销售人员知道该如何正确地陈述，但是往往由于弄巧成拙的体态语表达而错失交易的良机，那些知识和见解看似不如他们的人却能够赢取更多的订单。

加利福尼亚大学洛杉矶分校的心理学教授阿尔伯特·米哈比安博士发现，我们的情感与态度只有 7% 的部分是通过内容来传达的，38% 由声音来实现，而 55% 的部分则完全属于体态语沟通。这并不是说为了掌握体态语销售力，你必须成为一名心理学家。你无需这么做，因为销售的目的是获得订单（以及发展更多满意的客户），而不是掌握潜在客户心理轨迹。

本书主旨并非告诉读者每种手势与姿态的特定心理含义，这势必会弄巧成拙（仅手势就有超过 1 万种），而且也没有必要。书中所提供的图片将会为你展示销售情境下最重要的体态语表达方式，以及这些姿

势相对于你的销售策略所具有的含义。我们借助简单的交通信号灯模式，将所有体态语表达分成三种信号，这些信号将告诉你，在努力付诸流水之前，如何对潜在客户隐藏的情感与态度做出正确的回应。

读懂客户的体态语只是实现更多销售的秘诀的一半。不止于此，你还可以从本书中学到提高自己体态语销售力的特殊技巧，以及在整个销售拜访过程中如何利用体态语沟通技巧来增强销售陈述的效果，获得销售的机会。

目 录

第一部分 解读体态语 1

第一章 体态语沟通最重要 3

- 1.1 增强体态语销售力的三个阶段 5
- 1.2 眼见为实 7
- 1.3 失败与成功的范例 10
- 1.4 体态语——销售骗局或销售策略? 12
- 1.5 体态语并非新鲜事物 13
- 1.6 姿势的连续性与一致性 14
- 1.7 销售中的8类体态语 15
 - 1.7.1 第一类:支配、优越、权力 16
 - 1.7.2 第二类:顺从、忧虑、不安 18
 - 1.7.3 第三类:意见不合、愤怒、怀疑 21
 - 1.7.4 第四类:厌烦、没兴趣 23
 - 1.7.5 第五类:怀疑、隐匿、不诚实 26
 - 1.7.6 第六类:半信半疑、举棋不定、拖延时间 28
 - 1.7.7 第七类:评估 30
 - 1.7.8 第八类:自信、诚实、合作 33
- 1.8 学习体态语的副作用 35
- 1.9 内容预告 36

第二章 体态语沟通的5种途径 37

2.1 每种途径应该了解什么 38

2.2 途径1:身体角度 38

2.3 途径2:面部 41

2.4 途径3:双臂 44

2.5 途径4:双手 48

2.6 途径5:双腿 51

2.7 一连串的姿势提供线索 55

2.8 办公桌隐藏大量信号 56

2.9 保持安全距离 57

2.10 总结 58

第三章 解读客户的3个“交通信号灯” 59

3.1 绿灯信号 60

3.2 黄灯信号 61

3.3 红灯信号 62

3.4 如何处理绿灯、黄灯与红灯信号 64

3.5 警惕自信过头 65

3.6 绿灯信号:选择积极的反应 67

3.7 黄灯信号:识别客户发出的警告 68

3.8 重新获得客户信任 72

3.9 学会恰当地反应 76

3.9.1 练习1:自动反应 77

3.9.2 练习2:销售人员的消极反应 78

3.9.3 练习3:你的积极反应 79

3.10 效果由内及外 80

3.11 自动发送绿灯信号 80

3.12 体态语销售力概述 81

第四章 学会控制声调 83

4.1 证明你自己 84

4.2 扮演优秀的销售人员 85

4.3 成分1:插入语与声响 86

4.4 成分2:语速 88

4.5 成分3:音量 90

4.6 成分4:语调 90

4.7 成分5:重音 93

4.8 重新进行自我测试 95

第二部分 运用体态语 97

第五章 预备越充分越自信 99

5.1 销售时不要紧张 99

5.2 创造性的形象 100

5.3 真诚的微笑 103

5.4 留下好印象 103

5.5 为“不同的”客户做“不同的”准备 105

5.5.1 “不同的”财富与教育背景 105

5.5.2 “不同的”民族与文化背景 105

5.5.3 “不同的”性别 105

5.5.4 “不同的”年龄 106

5.6 人们喜欢像他们自己的人 106

5.7 简单有效抗拖延 107

5.8 你自己怎么感受客户就怎么看你 108

第六章 开放型销售拜访 111

- 6.1 站立时要表达出自信 111
- 6.2 友好的握手 113
- 6.3 选择座位 114
- 6.4 立即表明你拜访的目的 115
- 6.5 一再打消顾客的忧虑 118
- 6.6 封闭型销售访问案例 118
- 6.7 汤姆洽谈之修正版 123
- 6.8 开放型销售拜访的基本要点 129

第七章 新6条找出客户真正的需求 131

- 7.1 封闭式问题对比开放式问题 131
- 7.2 三步找出买家的动机 133
 - 7.2.1 第一步——探究普遍性的购买动机 133
 - 7.2.2 第二步——将聚焦范围缩小 133
 - 7.2.3 第三步——探查经历 134
- 7.3 与客户语言相配 134
- 7.4 你的基本倾听姿势 135
- 7.5 传达你的理解 136
- 7.6 提高倾听技巧 137
 - 7.6.1 第一步 137
 - 7.6.2 第二步 137
- 7.7 一个失败的需求分析 137
- 7.8 与琼洽谈之修正版 142
- 7.9 找出客户需求的基本要点 147

第八章 最好的销售陈述 149

- 8.1 将你的销售陈述定制化 149
- 8.2 介绍产品为客户带来的利益 150

- 8.3 使用具有说服力的目光交流 150
- 8.4 使用积极性停顿 151
- 8.5 保持对宣传材料的控制权 152
- 8.6 提出开放式问题 152
- 8.7 坚持吸引客户的注意 153
- 8.8 面对一小群客户时应加大销售陈述的力度 155
- 8.9 成交的技巧 155
- 8.10 销售陈述的失败案例 156
- 8.11 与简会谈之修正版 161
- 8.12 有说服力的销售陈述的基本要点 165

第九章 化解 10 种客户拒绝 167

- 9.1 戏弄性的拒绝 168
- 9.2 拖延 171
 - 9.2.1 第一种:被动型拖延 171
 - 9.2.2 第二类:主动型拖延 173
- 9.3 价格拒绝 176
- 9.4 缺乏资金的拒绝 178
- 9.5 误解 179
- 9.6 产品问题 180
- 9.7 公司问题 181
- 9.8 自身问题 182
- 9.9 意想不到的客户公司内部变更 183
- 9.10 回应拒绝的失败案例 184
- 9.11 与杰克洽谈之修正版 188
- 9.12 处理拒绝的基本要点 192

第十章 自信成交 12 法 195

- 10.1 体态语销售策略 196

10.2 视觉成交、听觉成交和动作成交 196

10.2.1 视觉成交 196

10.2.2 听觉成交 199

10.2.3 动作成交 201

10.3 成交案例 204

10.4 成交的基本要点 208

第十一章 总 结 211

参考目录 213

第一部分

解读体态语

第一章

体态语沟通最重要

在一次时间为 30 分钟的销售拜访过程中，买卖双方的体态语沟通信息将近 800 条。回想一下你上一次与客户见面的情景，你是否能够回忆起他的基本坐姿？他的身体是前倾还是后仰？你也许看见他在微笑，但是你有没有注意到他是否同时交叉双臂与双腿呢？

大多数销售人员都将注意力集中在口头表达上，其中有些人会听语调，即说话的方式；而注意到体态语的销售人员又几乎只关注面部表情。显而易见，哪一方面都不可被忽视。言语、说话方式以及面部表情都向销售方透露一些信息，销售人员可根据这些信息判断交谈的进展情况。

阿尔伯特·米哈比安博士是体态语沟通领域的知名研究者，他发现我们的情感与态度交流只有 7% 是通过言语来进行的，38% 的部分通过语调来实现，而体态语表达则占了 55% 的比重。这些数字让人感到出乎意料。而这不过是以下图片的部分内容而已。正如图 1-1 所显示的，我们控制最多以及理解最好的交流途径，其影响力却最弱；反之，我们控制及理解最少的交流方式，却有着最强大的影响力。

“影响力”意味着交流方式对销售结果的重要程度。以下范例将向

你展示体态语对成功的销售来说到底有多重要。

销售员汤姆面带微笑地走进客户办公室，与客户握手，然后就坐。他做完介绍，询问订单情况，遭到拒绝，然后离开。

从以上的描述中，你无法判断汤姆销售失败的原因。即使你详细读完汤姆与客户的对话记录后，你可能也看不出个所以然来。

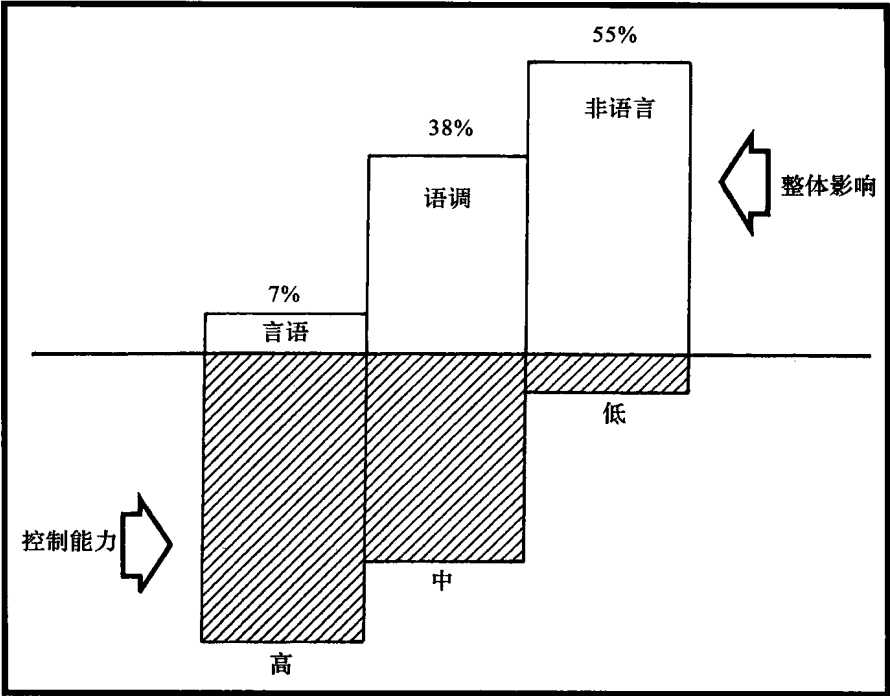


图 1-1

如果我们给你看看有关体态语的录像带，汤姆失败的原因就会变得一目了然。录像画面如下：

汤姆步履缓慢地走进办公室，显得疲惫而紧张。握手时，手伸出去没有力度，而且公文包还挡在身体前面。他的客户双臂分开，仍然站在办公桌另一边，只是象征性地握了一下手，言外之意就是让汤姆坐在办公桌对面。

汤姆对自己的业务介绍得非常清楚，但是他感觉到客户不太接受，

因此他垂下眼睑，低头看着自己的双手与宣传册，避免与客户进行眼神交流。在汤姆介绍业务的时候，客户变得越来越烦躁不安。他不时摆弄着桌上的镇纸器，然后身体靠后，双手握拳，交叉双臂，然后交叉双腿，身体偏离汤姆的方向。

汤姆最后抬眼看他的客户，发现客户脸上显露的是僵硬的微笑。汤姆对事情的进展没有把握，便问及订单的情况。客户叹了口气，表示他的公司目前还不准备进行这么大宗的购买交易。他起身，伸出手，然后走到门边。

在这次销售拜访过程中，汤姆与客户之间的体态语沟通信息还有几百条。每一条信息都是根据对方信号所做出的反应，折射出对方的消极信息，结论就是整个拜访都是在浪费时间而已。这些内容都千真万确，但方式却不止这一种。汤姆本应该控制好自己的体态语，只要设计好自己的体态语以及谈话内容，他其实就可以影响客户的行为。

1.1 增强体态语销售力的三个阶段

读懂潜在客户的体态语并非掌握体态语沟通技巧的唯一目标。学习金字塔（见图 1-2）说明销售人员在精通口头及体态语销售之前，还需要经历意识与技巧的三个独立阶段。

第一阶段：买方意识，包括学习 5 个主要的体态语沟通途径以及如何诠释买方的体态语。第二章对这几种交流途径进行了详细描述。基本上来讲，这些途径代表一种速记系统，对买方的一系列姿势进行审视。不要只是去发现客户感觉无聊、自我保护或愤怒等情绪的特定动作或姿势，来自 5 种体态语沟通途径的任何一组姿势都可归为 3 种信号中的一种。

“绿灯信号”是指买方对你的销售陈述表示接受；“黄灯信号”表明你的策略遭遇障碍，提醒你要谨慎行事，而且必须要在进一步销售之前发现潜在障碍；“红灯信号”警告你要适可而止，并重新确定销售方案。第三章对该交通信号灯模式进行充分诠释，让你对买方的了解更加

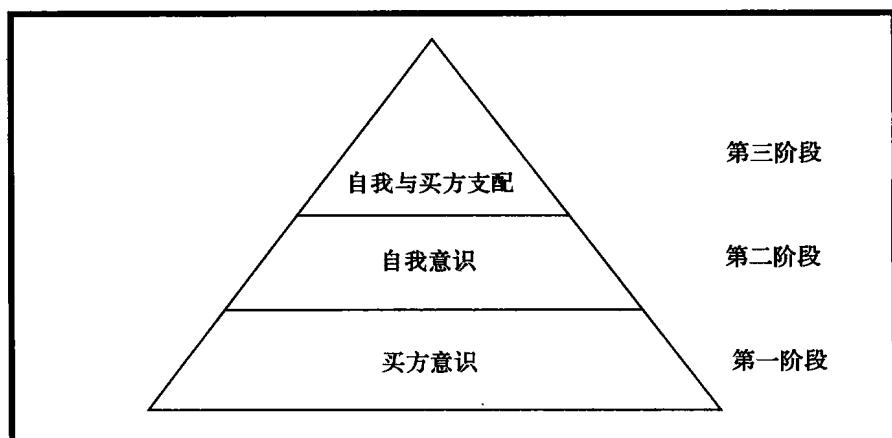


图 1-2 学习金字塔

全面。但是，只有在接下来的两个阶段，你才能学习掌握自己的体态语沟通模式或提高自己的销售力。

第二阶段：自我意识。自我意识非常重要，你自己的体态语是成就一桩交易的关键所在。不妨问问自己：“什么样的交流方式才能提高口头销售技巧的影响力呢？我如何才能让买主理解自己呢？我如何才能在拜访过程中避免弄巧成拙的体态语呢？”

这一阶段需要角色扮演与练习，同伴具有建设性的评论与销售情景模拟录像可以让你看到自己在表达时的样子与行为。一旦你理解自己的体态语，以及你与客户交流时使用体态语的方式，你就可以进入下一个阶段了。

第三阶段：自我与买方支配是每次拜访所使用的体态语的最终目标。在到达这一阶段之前，你需要加强连续使用体态语沟通技巧与专业销售技巧的能力。也就是说，将新的技巧与原有的口头销售技巧相结合。连续的角色扮演以及对买方与自己的观察会让你获得以下能力：

- 及早发现销售过程中出现的消极体态语。
- 对买方的体态语迅速准确地做出反应。
- 在处理自己的体态语表达时，提高你的“流畅程度”。