

普
华
经
管

正略钧策
ADFAITH

Mc
Graw
Hill

Education

【金牌销售员 实战丛书】

不会提问

就做不好销售

——金牌销售员有效提问1000例

[美] 杰哈德·葛史汪德纳 著
Gerhard Gschwandtner
王欧娅 译



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

金牌销售员实战丛书

不会提问就做不好销售

——金牌销售员有效提问 1000 例

[美] 杰哈德·葛史汪德纳 著

(Gerhard Gschwandtner)

王欧娅 译

人民邮电出版社

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

不会提问就做不好销售：金牌销售员有效提问 1000 例/
(美) 葛史汪德纳 (Gschwandtner, G.) 著；王欧娅译。
北京：人民邮电出版社，2008. 7
(金牌销售员实战丛书)
ISBN 978-7-115-18162-6

I. 不… II. ①葛…②王… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 073752 号

内容提要

本书作者通过对全球范围内超过一百位顶级销售精英的研究、访问以及听取他们所给出的建议，归纳和总结出各种特定类型的销售问题，这些问题经检验都是极为强大和富有效力的提问。读者阅读本书可以获得像销售专家一样的销售能力。

本书适合销售人员、销售培训人员和客户管理人员使用。

金牌销售员实战丛书

不会提问就做不好销售——金牌销售员有效提问 1000 例

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

◆ 开本：700×1000 1/16
印张：14 2008 年 7 月第 1 版
字数：105 千字 2008 年 7 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-18162-6/F

定 价：29.00 元

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

反盗版热线：(010) 67171154

致 谢

我们谨此对那些理应享受荣誉的人士致以谢意。本书是《销售力》（*Selling Power*）杂志和位于加利福尼亚州帕洛斯弗迪斯的人类成就协会（Association for Human Achievement）历经八年时间的研究成果。无论怎样，本书绝非一人之力所能写就。我们有幸获得与下述这些销售团队进行咨询与对话的特权，正是在他们的协助与指导之下，我们方可令本书架构完整，呈现给读者。我们向就职于以下公司的顶尖销售人士所给予我们的帮助谨表谢意。

亚当斯 - 科恩经纪公司（Adams - Cohen Brokerage）

通用汽车公司（General Motors）

合成代谢实验室（Anabolic laboratories）

家庭联邦银行（Home Federal Bank）

AnchorPad 公司（AnchorPad, Inc）

哈顿商号证券咨询公司（E. F. Hutton）

AT&T 通信公司（AT&T Communications）

IBM 澳大利亚公司（IBM Australia）

AT&T 信息系统公司（AT&T Information Systems）

五十铃汽车公司（Isuzu Motors）

巴尔蒂摩人寿保险公司（Baltimore Life Insurance）

美国普惠经纪公司（Paine Webber）

蓝十字保险公司 (Blue Cross / Blue Shield)

美国程序安排公司 (Scheduling Corp. of America)

卡斯特林焊接公司 (欧洲) (Castolin + Eutectic (Europe))

史密斯商号公司 (Shopsmith, Inc.)

控制数据公司 (Control Data Corp.)

东芝医疗系统 (Toshiba Medical Systems)

三 D 生产公司 (Dave Del Dotto Productions)

贝莱隆公司 (Valeron, Inc.)

德尔斐系统公司 (Delphi Systems)

老兵家庭网络公司 (Veteran's Network of Homes)

爱普生美国公司 (Epson America, Inc.)

让得公司 (Zond, Inc.)

第一联邦储蓄与贷款银行 (澳大利亚) (First Federal Savings and Loan (Australia))

苏黎世人寿保险公司 (Zurich Life Insurance)

同时, 我们也对琳达·希尔德 (Linda Seard) 与劳拉·B·葛史汪德纳 (Laura B Gschwandtner) 在编辑工作方面所给予的宝贵协助致以谢意。

前 言

如何从本书当中获取最大益处

我们相信，本书将会使你获得多方面的益处。通过对全球范围内超过一百位顶级销售精英的研究、访问以及听取他们所给出的建议，我们确定出了各种特定类型的销售问题。对于获得极大成功的销售人才来说，这些问题可谓是字字珠玑，他们常常挂在嘴边；相对不太成功的销售人员则往往不会提出这些问题，或者是提及这些问题的频率相对较低。

自数千年前，人们就已经认识到了提问的力量。《圣经》中称：“勤问必有所得。”（Ask and ye shall receive.）所有伟大的沟通者都善于提问。然而，时至今日，尚未有一本书对这些极为强大且富于效力的销售提问进行过归纳和总结。

我们发现，通常只有经过数年时间的刻苦研究与工作实践之后，人们方可掌握足够的能力，来提出恰当、友善而又一针见血的问题。而眼前这本与众不同的书带给读者的众多益处之一就是：它能够为你节省时间。如果在每次进行销售拜访的时候，都能有一位顶尖的销售专家伴你左右，那么他很有可能就会提醒你使用

本书中的这些问题。本书将帮助你成为自己的销售教练，指引你在销售道路上奋力前行。

如何使用本书

在每次重要的销售拜访之前，你都应该对本书中相应部分的内容加以回顾。一旦你对本书及其各个章节的内容均已烂熟于胸，那么花上十分钟时间进行一番简要回顾就能够帮助你为大多数的销售拜访做好准备。你可能会发现，在你一整天当中所花费的时间里，这十分钟其实花得最有价值！最近，我们的一位学员就曾这样对我们说：“与其花一个小时的时间因为对销售拜访毫无把握而惴惴不安，那么还不如花上十分钟的时间来看看这本书！”

如果你是首次拜访某位特定的潜在顾客，那么你可以回顾一下本书的开篇部分，温习一下如何以介绍益处作为开场问题，如何利用提问来表明你的拜访意图，如何利用提问来建立友善的关系，以及如何从秘书或接待员那里获得更多的协助。如果你已经拜访过这位潜在顾客两到三次，那么你会发现本书的后半部分——关于对特色与益处的反馈、结束试验、分解异议、找出异议背后的真正原因以及成交问题——会对你的工作产生极为有用和强大的效力。

富有策略地对本书加以运用，将会为你节约大量的时间与精力，使你看起来更加专注、更为专业。你看上去会表现得非常友

善，而且不必浪费太多时间在毫无价值的东拉西扯上。你会对那些久经销售能手们证实的提问策略加以运用。仅仅十分钟的准备工作，你就可以找到至少十几个可以供你利用的销售问题。这样，你在销售拜访中就能做到有的放矢，言之有物，而你成功的机会也将加倍地增长。

没有经历过一段时间的练习，若想将这些可供你在专业的销售拜访场景中提出的问题全盘铭记于心，是不可能的。请将本书看做一部人体的外部记忆装置。你会发现，当你疲惫不堪或者是在一日将尽时，这本书显得尤为有用。它会令你的销售工作变得更为轻松，乐趣多多，其原因就在于，它会令你所必需的准备工作的缩减。你可以轻而易举地进行查阅，并且准确地找出你所需要的各种类型的问题。

由于本书将会大大节省你的精力，因此，你也就可以比同行中的其他销售人员进行更多的销售拜访。而且，在销售工作所涉及的各个行当之中，情况往往都是这样——哪个销售人员的销售拜访质量最高，那么他所取得的销售业绩也就最棒！难道你不想成为这些成功者当中的一个吗？

本书是如何编纂而成的

要想从任何一本书当中获取最大的益处，你都必须了解这本书的构思由来，并且知道如何才能找出你所需要的内容。本书是

根据大多数专业销售人士在一个销售周期当中所遵循的各项步骤构思、编纂而成的。

你会看到，本书的开篇部分介绍了一些如何在销售拜访当中打开局面的开场提问，然后通过如何对潜在顾客进行判定的五个部分的问题渐次深入；接下来，通过三个部分的有效提问，你将了解到如何探究出潜在顾客的真正需求。

关于陈述问题的内容有两部分，紧随其后的则是关于如何通过提问来处理对方异议的三部分内容；继而，你还将学到顶尖的优秀销售人员利用各种提问来最终完成销售的良机妙策。

在成功交易之后，你还会拥有绝佳的机会请客户为你推荐更多的新客户。此时正是邀请对方为你推荐的好时机，而我们则会为你提供多种方式助你达到这一目的。

你还会了解到各种跟进问题。未来最容易成为你的新顾客的人，其实正是以往与你有过交易的老顾客。我们的跟进问题将会教授你如何从现有的顾客当中发掘出更多的销售机会！此外，还有一部分的内容是关于一些已经得到证实的提问策略，你可以将这些策略运用到向你的顾客销售更高质量、更高价格的产品与服务的工作当中去。这样的做法必将大大提高你的销售成功几率和薪资水准！

最后，你将在“经过测试的提问技巧”当中看到超过 30 类的不同类型的问题。这最后一章的内容，旨在成为一部包含不同类

型的提问技巧的百科全书。你会从中学到适合于各种场合，具有宝贵价值而又无可替代的各种形式的问题！

本书并非旨在成为一部详尽无遗的大全之书。在我们的研究工作当中，我们搜集到了超过 5000 个具有强大效力的不同的问题。而在组织编写本书的过程当中，我们必须要对其中的部分内容做出取舍。但我们相信，你会发现，本书当中的问题所涉及的内容极为宽泛，优秀的销售人员在工作中对这些问题极为依赖，而且需求度最高。

请记住：如果你对销售高手们所使用的问题加以利用，那么你也将会获得他们所具备的强大力量！

就本书如何编纂而成，这里再说最后一点：你会注意到，在每一章节的结尾处，我们都留有大量的空白横线。与其将 5000 条问题尽数包纳其中，令本书达到婴孩般的分量，不如为你留出空间，自行添加一些你自己最为中意的问题，使之成为你个性化的百宝囊。

本书永远不可能成为一本真正的完整之书，但是，随着你向其中添加更多有力度、有分量的问句，这本书就会变得越来越完美。如果你听到大量新的问题，记得一定要将它们记录在案哦！如果不记录下来，你可能会将它们忘诸脑后。随着你向本书中的相应章节添加更多的问句，随着你对本书的理解愈加深刻，这本书将真正为你所用，成为你真正掌握的销售技巧的一部分。

只有加以使用，工具才能发挥效力。通过为这本书添加内容，你将会使得这本书中的内容成为你自己大脑当中的一部分，成为你潜意识思维当中的一部分，你将会发现，自己可以毫不费力地提出那些其他销售人员可能结结巴巴而说不出口的卓越超群的问题！

如何提出你的问题

然而，知道自己应该提出哪些问题尚且不够，销售人员同时还必须知道如何提出这些问题。你的脑海中可能充满着世界上最具力度、最为切中要害的问题，但是，如果你以呢喃咕哝的声音含含糊糊地说出这些问题的话，它们的效力也将大打折扣；而如果你像一个练兵的军士一样咆哮着提出这些问题，你也将无法得到你所希望的回应。如果你是以一种战战兢兢、诚惶诚恐的方式提出这些问题，你也将无法获得你所需要的信息。那么，作为一名销售人员，你应该以怎样的方式来提出这些问题，以保证自己获得最大的益处呢？

首先，你应该保持友善的态度。无需表现得严厉苛刻或是生硬粗暴，你不可能通过向对方施以恐吓，逼迫其为你提供信息。如果你希望能与对方达成长期的合作和协议，你就必须要秉承让自己保持友善、可亲的个人信条。

其次，你需要全神贯注于如何提出这些问题的方式之上。你应该让自己充满自信，而不要感到尴尬或畏惧。在有些商业领域当中，你完全有权询问对方全部的详细资料，比如说他们的资产净值、个人财务状况、收入等（例如，在为对方进行财务规划时）。在某些医疗健康领域的业务当中，你完全有权就对方如何呵护自己的身体而对某些私密的个人问题展开询问。实际上，如果你不开口对你所需要了解的这些情况发问的话，你就根本无法开展你的工作。如果你不提出这些问题的话，你将无法为你的潜在顾客提供帮助。因此，不要让自己陷入窘迫尴尬、局促不安的情绪当中。给自己鼓劲儿，让自己充满自信！

你应该尽量让自己的谈话方式与顾客的谈话方式保持一致。研究工作显示，我们往往会对那些与自己谈话方式相似的人士心生信赖之情，而且会对那些与自己相像的人士报以喜爱、欣赏的态度。其实，我们每个人的心中都认为自己的行为方式才是最正常不过的。

在与那些谈话速度较快的人士交流时，你应该让自己的语速也稍稍加快一些。有些人认为讲话语速快是一件自然而又正常的事情；如果你的语速较为缓慢的话，他们可能会怀疑你的思维速度也比较迟缓。而在与讲话速度较慢的人士交流时，你就应该在提问的时候放慢语速。同样，这样做会令对方感觉舒服，而且他们也会认为这是十分自然的事情。谈话的对方并不会知道你其实

正在做着某些调整，他们所知道的一切就是——他们对你心存喜爱与欣赏。

如果你的顾客声音温和悦耳，那么你就不要提高嗓门，不要试图让自己声若洪钟或是威震四方。温和的声音对于讲话温和的顾客来说最富效力。记住，我们会对那些与自己相像的人士心生信赖与喜爱。相反地，如果你的顾客嗓门颇为洪亮的话，那么你也应该把自己的声音稍稍提高一些。强硬派人士欣赏的是坚毅有力的人，如果你采用低声细语的方式，他们可能会认为你是个缺乏自信的人呢。

只有选择正确的表达方式，你所提出的问题才能够真正地发挥效力。而选择以你的顾客的说话方式为模板依样行事，则能够保你永不出错。

最后，你还应该采用一种自然、正常的方式来对你的各种问题加以运用，不要像连珠炮似的一口气提出二三十个问题。效果最佳的销售拜访其实是那些犹如自然对话一般的沟通交流。你可以将各种问题融入你们的闲谈当中，贯穿于你们之间友善关系的建立过程当中，同时还可以配以适当的幽默感。你应该让自己的销售拜访成为两个朋友之间的一场对话。你需要对手头的业务多加上心，但同时你更应该让自己表现得沉着自然，决不要逼迫、强求你的顾客，也不要令他产生一丝一毫的不适感觉。

如果你能够将本书当中的内容尽数掌握，如果你已经学会了

前 言

该说些什么，并且对如何提出这些问题加以练习，那么我们确信，这些信息必将为你的销售工作以及你的收入产生巨大的积极效应。记住，大多数的销售人员打的都是无准备之仗，因此，他们的表现往往平淡无奇也就是再正常不过的一件事了。买下这本书，你已经使自己在竞争的队伍当中处于前列；而对这本书加以良好利用，你将会使自己比对手占有更大的领先优势。最终，你会发现，自己的销售业绩越来越高，而感觉却越来越轻松，体验到的乐趣也越来越多。

Gerhard Gschwandtner

Sales Questions That Close Every Deal: 1000 Field-Tested Questions to Increase Your Profits

ISBN: 978-0-07-147588-4

Copyright © 2007 by The McGraw-Hill Companies, Inc

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and Posts & Telecom Press.

本书中文简体字翻译版由人民邮电出版社和美国麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。

未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签,无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号: 01-2007-3909

目 录

第一章	开场问题	1
	直接介绍益处	2
	表明拜访意图	9
	建立友善关系	13
	获得接待员的合作	18
第二章	对潜在顾客的资质进行判定	21
	确定购买的理由	22
	判定客户购买的财务能力	25
	判定顾客的购买职权	27
	确定购买的时间表	30
	确定竞争形势	33
第三章	探查潜在顾客的需求	37
	找出潜在顾客的期望值	38
	明确购买动机	44
	理解关键词	47
第四章	陈述性问题	51
	关于特色与益处的反馈	52