

销售人员

的第一本书

If You're **Clueless**
About Selling AND Want To Know More

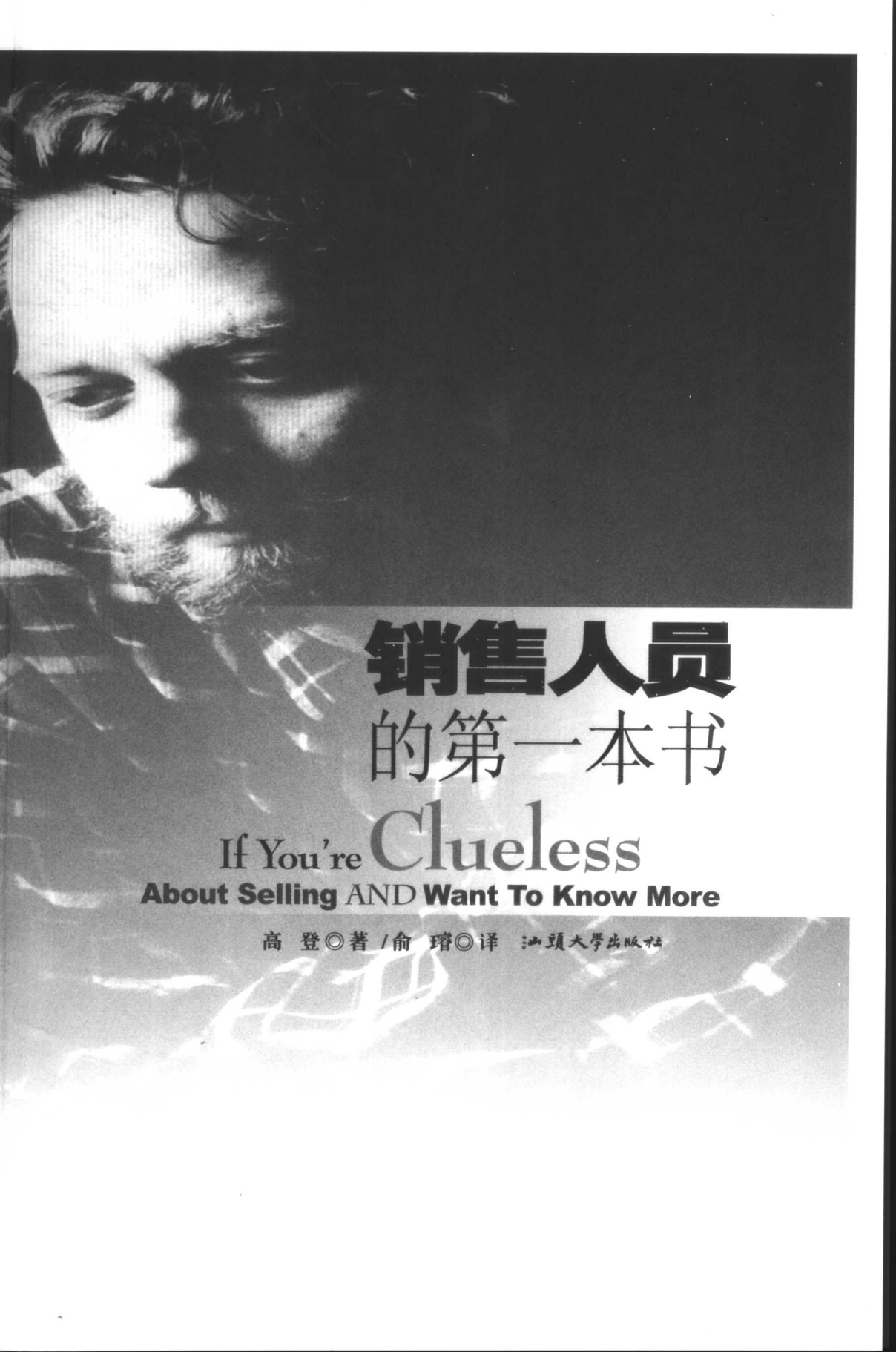
销售锦囊中老是少了一样法宝？不知道销售工作该从哪里开始？

没有人是天生的销售人员，只要透过有效的学习，
你也可以让销售变成第二本能。



高登◎著 / 俞璿◎译

汕头大学出版社



销售人员 的第一本书

If You're **Clueless**
About Selling AND Want To Know More

高 登◎著 / 俞 璿◎译 汕头大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售人员的第一本书 / (美) 高登著; 俞璿译. - 汕头: 汕头大学出版社, 2003.7
ISBN 7-81036-527-4

I. 销... II. ①高...②俞... III. 销售学 IV.F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 011002 号

If You are Clueless about Selling and Want to Know More

©1998 by Seth Godin Production

©Chinese simplified characters language edition, Shantou University Press 2003

All Rights Reserved.

销售人员的第一本书

作 者: 高 登(Seth Godin)

译 者: 俞 璿

责任编辑: 段文勇 郭丽萍 叶思源 郭丽冰

封面设计: 郭 炜

责任技编: 姚健燕

出版发行: 汕头大学出版社

广东省汕头市汕头大学内 邮 编: 515063

电 话: 0754-2903126 0754-2904596

印 刷: 广州市大一印刷有限公司

邮购通讯: 广州市天河北路 177 号祥龙花园祥龙阁 2205 室

电 话: 020-85250482 邮 编: 510075

开 本: 890×1168 1/16 印 张: 16.25

字 数: 231 千字

版 次: 2003 年 7 月第 1 版

印 次: 2003 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 8000 册

定 价: 28.00 元

ISBN 7-81036-527-4/F.42

版权所有, 翻版必究

如发现印装质量问题, 请与承印厂联系退换

目 录



销售人员的第一本书

出版缘起 期待中国的商业乌托邦

何飞鹏

第一章 销售心态的建立

7

1 销售是可以学得来的 /9

2 诚恳自在是销售的最佳态度 /15

3 与客户建立和谐互信的关系 /19

第二章 学习销售术语和机制

25

4 避免满口销售术语 /27

5 深入探索销售方程式 /33

第三章 市场與行销

37

6 为产品建立市场定位 /39

7 不能完全依赖广告 /43

第四章 挖掘金矿

47

8 建构一份潜力客户名单 /49

9 知己知彼，百战百胜 /53

10 锁定潜力客户 /59

11 如何获得客户推荐 /65



- 12 排出客户的优先顺序 /69
- 13 鼓起勇气，打出陌生电话 /73

第五章 约定时间拜访客户 77

- 14 找到对的人是销售第一要务 /79
- 15 如何寻访当家做主的人 /85
- 16 打开深锁的企业大门 /91
- 17 与当家做主的人第一次接触 /97
- 18 如何写信约定见面时间 /102

第六章 好的第一印象让你接下来好办事 109

- 19 营造第一印象 /111
- 20 拜访前的严谨规划 /117
- 21 当你踏入客户之门 /123

第七章 用问话得到你要的答案 127

- 22 专心聆听，技巧发问 /129
- 23 提问的形式与时机 /133
- 24 回应客户的问题 /143
- 25 你的责任，他的义务 /147
- 26 让客户 Say Yes! /151

第八章 跟客户介绍产品 155

- 27 如何介绍产品 /157
- 28 产品介绍的程序 /165



- 29 回应客户的拒绝 /171
- 30 “付不起”的真正涵意 /175
- 31 利用辅助品增加购买欲 /183

第九章 破解对方的心防 187

- 32 成交前的准备 /189
- 33 好用的成交模式 /195
- 34 如何对付无法做主的客户 /205

第十章 永续经营的销售技巧 209

- 35 表达感谢的艺术 /211
- 36 关心客户与售后服务 /217

第十一章 销售生涯备忘录 221

- 37 开创你的销售生涯 /223
- 38 个人公关与时间管理 /229
- 39 须谨记在心的销售秘诀 /233

第十二章 销售人员工作进行式 239

销售相关辞语解释 253

目 录



销售人员的第一本书

出版缘起 期待中国的商业乌托邦

何飞鹏

第一章 销售心态的建立

7

1 销售是可以学得来的 /9

2 诚恳自在是销售的最佳态度 /15

3 与客户建立和谐互信的关系 /19

第二章 学习销售术语和机制

25

4 避免满口销售术语 /27

5 深入探索销售方程式 /33

第三章 市场与行销

37

6 为产品建立市场定位 /39

7 不能完全依赖广告 /43

第四章 挖掘金矿

47

8 建构一份潜力客户名单 /49

9 知己知彼，百战百胜 /53

10 锁定潜力客户 /59

11 如何获得客户推荐 /65



- 12 排出客户的优先顺序 /69
- 13 鼓起勇气，打出陌生电话 /73

第五章 约定时间拜访客户 77

- 14 找到对的人是销售第一要务 /79
- 15 如何寻访当家做主的人 /85
- 16 打开深锁的企业大门 /91
- 17 与当家做主的人第一次接触 /97
- 18 如何写信约定见面时间 /102

第六章 好的第一印象让你接下来好办事 109

- 19 营造第一印象 /111
- 20 拜访前的严谨规划 /117
- 21 当你踏入客户之门 /123

第七章 用问话得到你要的答案 127

- 22 专心聆听，技巧发问 /129
- 23 提问的形式与时机 /133
- 24 回应客户的问题 /143
- 25 你的责任，他的义务 /147
- 26 让客户 Say Yes! /151

第八章 跟客户介绍产品 155

- 27 如何介绍产品 /157
- 28 产品介绍的程序 /165



29 回应客户的拒绝 /171	
30 “付不起”的真正涵意 /175	
31 利用辅助品增加购买欲 /183	
第九章 破解对方的心防	187
32 成交前的准备 /189	
33 好用的成交模式 /195	
34 如何对付无法做主的客户 /205	
第十章 永续经营的销售技巧	209
35 表达感谢的艺术 /211	
36 关心客户与售后服务 /217	
第十一章 销售生涯备忘录	221
37 开创你的销售生涯 /223	
38 个人公关与时间管理 /229	
39 须谨记在心的销售秘诀 /233	
第十二章 销售人员工作进行式	239
销售相关辞语解释	253

<新商业周刊丛书出版缘起>

期待中国的商业乌托邦

何飞鹏

1997年，现代中国处在剧变中，祖国大陆与香港沉浸在回归的热潮里，变动中有疑虑有期待；台湾则努力变革，虽然打得头破血流，但总算找到结论。

亚洲的中国政治舞台虽然充满变数，但经济商业领域完全不受影响，台湾的电子业，动辄以千亿的投资，堆砌“台湾科技岛”的未来，祖国大陆则以每年接近两位数的经济增长率，说明中国经济发展正在极限加速！

这样的发展，颇符合小老百姓的心情：政治是野心家及政客的事，无法管也管不着，只好埋头做自己的事：赚钱，改善生活。中国经济的发展，或许正是在这样的心情下，逐步累积而成。10年前我们埋首创办《商业周刊》，出版商业丛书，是用这样的心情。10年之后，我们仍然只能在中国商业环境上努力，政治上只能期待明天会更好！

不过，回首这10年来我们所出版的书籍，在态度上的改变甚大，原因在于台湾已经从发展中地区，逐渐迈入已发展的境地，读者对商业知识的需求也从饥渴的全盘接受，到讲求专业、深度、即时与不断更新。

当然，商业周刊出版公司在内部也做了结构性的转换，我们结合了有共同理念的兄弟公司——麦田出版与猫头鹰出版，共同成立城邦出版集团，这象征着我们和所有中国的读者写下承诺，愿意在知识的传播路上，与所有的读者们携手前进。

“新商业周刊丛书”与“Q&A新系列”，重新调整步伐，用



崭新的面貌，与大家见面，也就成为理所当然的事。这两个系列，可说是商业周刊出版的招牌书系，就像 10 年前一样：“我们用商业周刊每周替读者分析、回顾商业变动，我们也用商周丛书，为社会推动基础商业知识和教育。”不同的是，商业的基础教育步调更快，着力更深，早期的每月一书已无法满足读者需要，每周一书或更多，也许更符合时代的脚步。

这两个书系共同的愿望是——期待 21 世纪中国商业乌托邦的来临，我们希望表象活力充沛的商业活动，更能有商业文化的内涵，其中包括一个没有政策变数，交易无障碍的商业环境，也包括无数组织严谨，竞争力无限的企业体。当然还有能力全面、知识丰富，具有国际眼光的企业家与工作者，这样的组合，将是现代中国迈向发达国家的保证。

不过目标虽一致，但在编辑及使用上，这两个书系也各有特色，“新商业周刊丛书”系针对个别命题，以结构严谨的方法，彻底解说。“Q&A 新系列”，则仍维持“百问百答”的写作方式，方便读者从问题中寻找答案，快速解决心中的疑惑。

在选题上，这两个书系放弃议题大小的考量，只要对读者有用，议题再冷僻，我们都愿意为读者做，或许时间会帮助我们完成愿望：让商业周刊出版的书，填写商业活动的每一个角落。

（本文作者为商业周刊出版公司发行人）



第一章

销售心态的建立

●

销售是可以学得来的

●

诚恳自在是销售的最佳态度

●

与客户建立和谐互信的关系

1 销售是可以学得来的

销售只不过是一门技能。

就像所有技能——不论是滑雪或开刀动手术——

都需要熟练某些特定技巧。

尽管“天生销售员”的迷思极为普遍，

事实上销售技巧是可以学习的。



市场上需要销售行为。销售行为是所有工商企业的原动力，没有销售行为，就没有所谓的商业往来。

你或许是一个小型企业的老板，提供顾客最好最完善的服务。但是如果你不懂得销售——也就是说，你无法开发客户，或想办法让对方愿意拨空与你一谈，无法满足顾客所有需求，又没办法提供适当服务，读完本书，就能让你在一年内完全改头换面。

也许你是大公司里的会计师，公司里最抢手的杰出人才，客户全指名要你。但如果你无法将你提供服务的价值和老板的要求连在一起，可能你永远也没法子拿到与付出等值的薪水，更不可能成为公司的合伙人。或许你想转行改以销售为业，又不知该从何着手。也许你是新进的销售员，自以为很内行，却赚不到什么钱。这些都不重要，因为销售只不过是一门技能。就像所有技能——不论是滑雪或开刀动手术——都需要熟练特定技巧。尽管



“天生销售员”的迷思极为普遍，事实上销售技巧是可以学习的。这本书会提供你相关的重要技巧。

你得吸收技巧，勤加练习，使销售成为第二本能。尽管需要相当的努力，不过，相对地，超级销售员赚钱可以像印钞票般轻松。不管卖的是电脑、报纸广告、钢琴，还是有线电视，你所投资的时间都会化为现钞涌入你的口袋！

更何况，不像其他职业，销售生涯绝不会让你感到无聊乏味。

今天你想扮演哪个角色呢？心理学家、演艺人员、记者、效率专家、形象大师，或是公关高手？你不想只选一种角色？没问题！因为一个成功的销售员需要兼顾以上所有角色：以心理学了解买主的躯体语言；发挥记者的灵敏嗅觉找寻新的客户；在展示商品时，像演艺人员般习于众人的注目；销售能提升客户形象的商品；或是推荐对方利用你的产品，使其公司的营运更加顺畅。

要全部学会这些技巧听起来似乎不太可能，其实不然。不管你是否已察觉，其实你可能早已开始从事销售的工作而不自觉。

从这本书中，你将学到：

销售术语及其运作机制

学会销售术语会让别人觉得，你外表也许看起来像个菜鸟，但实际上已是行家了！我们将仔细剖析销售成功的案例，从如何招徕新客户，到做好售后服务等，每一步都不放过。

市场与行销

光靠宣传手册以及广告是无法销售成功的，你得亲自投入才行。

你必须了解公司产品在市场上的定位——它是高科技产品？以低价位作为促销手段？还是最经得起考验的选择？然后因应客户的不同需求做适度调整。书中将有特别章节指导你如何为

产品定位。

探寻金矿：瞄准潜力客户群

你的销售对象并不是所有的人。想把某一项产品销售给每一个人，只会徒然浪费时间与精力而已。你应该学习透过推荐（referral）与其他技巧，来寻找真正需要你的商品的客户。

约定时间拜访客户

也许某人或某单位宣称想买你的产品，而且有权可以进行交易。

尽管如此，如果你找上无法做主的人，那只会浪费你的时间而已。本书将教你如何找到“当家做主”（the “Yes” guy）的客户，学会打陌生电话（cold calling）的技巧，让你顺利踏进入客户的大门。

第一印象

第一印象并非从你进门介绍产品才开始。不论是之前你与客户的联系，或者你在业内的名声，甚至包括打陌生电话的语气与声调等等，都已经给客户留下印象。因此，你必须注意每一个细节，以求塑造完美的第一印象。

提出问题

不要自以为知道客户想买或是需要什么商品。你必须很有技巧地提出问题，让对方说出心中最想要的东西。

介绍产品

正如销售本身，介绍产品也有一些特定诀窍——先随意聊些生意上的事，再进入策略性的发问，将你的商品与顾客的需求结