

信任

超给力的
销售技巧

顾客信任你才会找你买，
销售，卖的就是信赖感！

一本书将客户变成朋友，
让销售业绩爆棚！



吴宥忠——著

信任力 = 销售力！



中国纺织出版有限公司

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

信任

超给力的
销售技巧

吴宥忠

著



中国纺织出版社有限公司

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

内 容 提 要

信任力=销售力。顾客信任你才会跟你买，销售，卖的就是信赖感！一流的业务员花80%的时间去建立信赖感，最后只需要20%的时间就能成交。每一笔成交，都来自客户对你的信任，所有竞争到最后都是人际关系的竞争。所以销售就是在交朋友，最高明的销售策略，就是把客户变成朋友。

本书教你如何让客户与你先交心，再交易，轻松卸除客户心防，带给客户好感度与信赖感，觉得你就是自己人，从不买变想买！进而成为你的死忠客，还主动为你转介绍。

著作权合同登记号：图字：01-2019-5077

图书在版编目（CIP）数据

信任：超给力的销售技巧 / 吴宥忠著. --北京：
中国纺织出版社有限公司，2019.10
ISBN 978-7-5180-6313-0

I. ①信… II. ①吴… III. ①销售—方法 IV.
①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字（2019）第120894号

策划编辑：郝珊珊

责任印制：储志伟

中国纺织出版社有限公司出版发行

地址：北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码：100124

销售电话：010-67004422 传真：010-87155801

http: //www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博http: //weibo.com/2119887771

天津千鹤文化传播有限公司印刷 各地新华书店经销

2019年10月第1版第1次印刷

开本：710×1000 1/16 印张：13.5

字数：293千字 定价：45.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社图书营销中心调换

能让我快速对他产生极大信赖感的人

宥忠是我在一场演讲上认识的学员，他上课认真，学习能力也很强，后来有机会跟他密切相处后，发现宥忠其实是深藏不露的高手。宥忠在“2017世界华人八大明师大会”中的表现令我感到惊艳，他很有舞台的魅力，台下学员对他一致好评。当初在他加入“王道增智会”后，我对他就有了不错的印象，今年成为王道弟子后我便想栽培他成为国际级大师，他也不负我所望，很多场合也都表现得非常优秀。

这本《信任：超给力的销售技巧》我看完后发现跟市面上同类型的书很不一样，很棒的是里面很多实务的经验分享。一般市面上的书都是跟你说“What & Why”，就是跟你说信赖感有多重要，为什么信赖感很重要，却没有告诉你如何去建立你的信赖感，而恰恰提供“How”怎么去做才是重点。

书中还提到如何去借力，我常常说路不是自己走出来的，而是别人走出来的，成功者一定懂得借力抱团、借势跨界与借智升级！靠社群人脉借力使力，串起同业或异业的人脉，发挥自己最大的影响力。

宥忠本身就是个能让我快速对他产生极大信赖感的人，因此我才会将我的培训事业交给他，因此他才能在短时间内成为我的接班人及史上最快进入我集团高层核心的一个人。做到这些事非常不简单，他却做到了，所

以我很期待他这一本书的问世，我甚至还与宥忠共同创办了“全球华语魔法讲盟有限公司”，我看好他会将更优质的培训事业通过这家公司带向两岸，将台湾人才带向大陆发展，将这家公司打造成两岸华人第一培训品牌。

本书内容贯穿销售完整流程——接、建、初、追、转五大销售系统（接触客户→建立名单与信任感→初次销售→追售→客户转介绍）的主轴，一旦将五大销售系统构建完成的话，将是全世界最高效的销售系统，也期许宥忠能在华人培训界里成为第一名的讲师。

王擎天

信赖感是所有成交的关键

在此跟大家介绍一位非常年轻的老师，也是我非常喜欢的一位老师，他叫宥忠。他是一位非常诚恳、坦白的老师，跟时下所有教销售的老师最大的不同是他主要强调“信”这个字。人与人之间如何建立信赖感，说来简单做起来不容易，但是只要你依循着宥忠老师的指导，一步步去彻底执行，相信你会一天比一天进步。

“信赖感”是一个非常强大的武器，是贯穿任何销售技巧的核心，更是所有成交的关键。如果你能做到让客户信赖你，所有销售将变得很容易。宥忠老师本身就做到了这一点，我在他身上感受到了“信赖感”的威力，他从一个普通人到快速赢得许多大师及老板的疼爱，都是因为他散发出一种值得信赖的感觉，让我们很想去帮助他、去栽培他成为华人讲师界中不一样的讲师，而他的坦率、亲和力、个人舞台魅力都是我看过的老师中最具潜力的，相信他在培训界可以成为一颗闪亮的星星，为培训界带来新气象。

很期待本书能成为销售人员人手一册的宝典，相信它能帮助更多人改变观念和命运，因为命好不如观念好，你要保持你的心，胜过保持一切，因为一生的成就是由心发出，很开心将这本书推荐给大家。

台湾成资国际股份有限公司总经理

国际创新创业发展协会客座讲师、顾问

黄祯祥 Aaron Huang

销售的大绝招：信任

与宥忠认识是在2016年年底的时候，当时是因为要合作一个项目。那次过后我们就陆续有一些其他的合作或共事的机会。

当时我觉得这个人很特别，因为在与他合作的时候完全不会有任何的不舒服感。宥忠时常站在对方的角度思考问题，提供建议和协助。且他身上也很少散发出销售气息，尽管他在从事销售工作的时候也是一样。

我是个网络营销工作者，也是一位网络营销老师，我常与学员提到“信任感”。因为不论是在实体店还是网络上，要让客户埋单都必须建立基本的信赖感。信任能让人与人之间的合作更简单、更容易。当你把与他人的信任感提升到一个层次的时候，甚至客户不需要知道太多你产品的细节，他也会找你购买。

是的！这件事很重要，很多人在讲，却很少人在教，又或者说很少人将它系统地整理并传授出来。而此书与坊间的销售书籍最大的差别就是在这里。书中不去谈太多业务技巧、销售话术，只专注与你分享销售的大绝招“信任”这件事情该如何做、做得好、做到别人的心里。

相信本书对于你一定有帮助，因为就算你不是从事销售工作，但只要你需要与人沟通（家庭、爱情、朋友等），都会需要建立信任。期待你可以从本书中学到许多，也相信宥忠以个人实战经验及真诚的分享，能为你带来收获。

天赋梦想家顾问有限公司创办人&执行长

洪幼龙

客户信不信你，很重要！

你相信参加一场演讲活动就可以改变你的一生吗？

我相信！因为我就是这样改变我一生的。我是一个再平凡不过的人，因为一场演讲的课程，加入了王擎天博士所创立的“王道增智会”成为会员，是改变我人生的开始，加入王道增智会后，不论是自我的成长及人脉的扩增，都成倍增长，甚至站上国际的舞台、出书、上媒体，等等，最后能成为王董事长的接班人，都是从选择一个正确的平台开始。在这边要感谢我的师父——王擎天董事长的栽培与信赖，还有采舍集团伙伴的帮忙，我才能一圆出书及站上国际舞台的梦想，感恩这一切的发生！

之所以出版这本书，是因为多年的销售经验让我明白很多时候成交的关键并不来自于产品或是业务员的专业。业务员带着满腹的专业知识去向客户进行专业的解说，有时候只是在帮竞争对手做说明，因为客户在了解了产品之后却转而向与他关系良好的朋友购买，只因为对于朋友的信任度比较高。就像我们在诚品或金石堂门市看书，看到了想要买的书，却是选择在网站下单，因为价格比较便宜。

很多人在人际关系上，常常有和对方对不上频率的状态，甚至很多人以为彼此的信赖已经到自家亲兄弟都比不上的程度，实际上对方远不是这样认为。很多人把信赖和信赖感混为一谈了，是不是你也认为信赖跟信赖

感是一样的呢？

接下来我举的例子，或许能让你更明白二者之间的差别。现在世界各地的风景观光区，很流行用透明玻璃兴建空中栈道，就是在很高的山上搭建一个步道，步道上支撑我们双脚的是一块块透明的大玻璃，每一块玻璃都足以支撑你身体数倍的重量。尽管那些玻璃的安全系数很高，你要刻意地打破它都很困难，但还是很多人不敢走空中栈道，为什么呢？我们明明知道栈道十分安全，它的材质和结构都是经过精确演算设计而成，安全无虞，但是因为走在空中栈道上，从高处往下看是一览无遗的深谷、断崖，加深了人们心中的恐惧与不安全感。空中栈道是很安全的，却没办法给人们相对的安全感，如果要让不敢走空中栈道的人大步前进，就必须给他足够的安全感。

信赖跟信赖感也是一样，你单方面地认为自己过往的记录都是良好的，没有欺骗过客户的记录，但是为什么你还得不到客户的信任？主要是你没有给你的客户足够的信赖“感”，仅凭你能提供值得信赖的业务是没有用的，因为客户感觉不到，只有你能给客户足够的信赖“感”，你才能成功销售出产品。我们在销售任何产品的时候，都应该把信赖“感”的建立摆在第一，尤其是相似性很高的行业更需要靠信赖感来成交客户，例如保险业、房产、金融相关等，希望每位读者都可以在本书中找到适合你的人际经营模式。

成功销售秘诀在“信赖感”

有一句名言这样说：“一个人能否成功，不在于你知道什么，而在于你认识谁。”斯坦福研究中心曾经发表一份调查报告指出，一个人赚的钱，12.5%来自知识，87.5%来自关系。人脉，也就是你创造富贵的“金脉”，在有良好、优质的人脉之前，要知道如何拓展自己的人脉，在哪里可以认识这些人？怎么认识新朋友？人家为什么要认识你？如何借用别人的人脉？怎么利用团队？

以二八法则来说，本书会用80%的篇幅说明如何与他人建立联系，进而发展紧密的关系，只20%会在销售部分着墨，因为你只要将那80%的部分处理好，另外那20%可以说是水到渠成。最重要的是，学会了书里的每一个技巧，你一定要去一一行动，行动才能知道自己的不足，行动才能修正错误。如果给你一把枪，要你去打一个50米之外的靶，你从早上瞄准到晚上都还不扣下板机，直到深夜才觉得瞄准好了开出第一枪，因为瞄准时间长就一定中吗？但是如果你一拿到枪，瞄准了就开枪，没中，再以第一枪的经验来修正第二枪的准度，开第二枪没中，再准备第三枪……每一枪射中的距离会离靶心越来越近，也许第四枪就打中红心了，整个过程可能花费不到10分钟，但如果只瞄准不开枪，那是很难修正你的错误的。

只有行动可以改变命运，当你业绩不好、人脉不多的时候，请你不要

待在家里，走出去，去接触人群、接触市场，书上提到的技巧也许不是每一项都适合你，但你可以自行调整修正，熟练了每一项技巧，你就成功了。

我一开始接触业务工作的时候，前辈们教导了很多业务方面的知识和技巧，这些技巧运用在业务领域，的确有很大的帮助，但是我发现技巧是死的人是活的，一次经验让我终生难忘：有笔订单的洽谈，前期双方谈得很顺利，最终却没能成交。当时，我的产品知识、态度、应对、礼貌都做得很到位，洽谈得差不多时，采购小姐对我说隔天就会下订单给我。第二天一早我礼貌性地打电话问候，她却没接电话。第一通没接，我只是单纯地认为可能她在开会，业务的训练让我知道不能太急迫，不能发起夺命连环call；半小时过去后我再打第二通电话，结果还是没有接；半小时又过去了，我接着打第三通电话，是她的同事接的电话，并告知我她在忙，不方便接电话，有事情她会主动跟我联系。此时我已明白，我的订单没有谈成。当时我心里充满了疑惑，是我哪里做错了吗？我得罪她了吗？产品品质不好吗？还是价格比其他竞争对手高？不对！以上这些问题都不存在，因为在她口头说要给我订单的前一天，我们在电话里都已确认过这些问题。之后我当然想尽办法查清楚状况，最终从同是竞争对手的厂商那里得知，原来是半路杀出程咬金，原本要给我的那笔订单，被另一家不知名的小公司捷足先登了。我详细调查发现那家公司的产品品质、公司规模、业界口碑、产品价格、专业技术、服务态度、交货速度，都不如我的公司，为什么客户选择了他们呢？

这件事情三个月后，我由另一位同行的口中得知，那家得标公司的业务员是那位采购小姐的高中同学。这位业务员刚进入这行，她对产品的专业知识不熟、开出的报价也比我们高、装机服务没有我们贴心，更别提售后服务了，但因为与采购小姐的一份同学情谊，他获得了订单。那天采购

小姐不接我电话是因为她觉得失信于我，这件事情给我上了很大的一课：关系在很多时候大于任何产品知识、业务技巧及最终价格。

同一件事情在几年后角色却调换了。那时我从事保险业，保险业一开始都被教育要从亲友开始拜访，我却不太敢向亲朋好友推销我卖的保险，所以最初都是陌生开发。这一时期，我拜访客户跑得很辛苦，努力持续了一阵子，业绩却不见起色，当然很气馁，一些负面的情绪、想法纷纷冒出来，疑惑自己是不是不适合做保险这行。那一天我和一位初次见面的客户约在星巴克谈财务规划，我自认这方面的知识足够专业，准备非常充足，谈吐穿着也很到位，经过两个多小时的访谈，给了许多的规划案，客户始终没有点头签单，最后落得“再考虑看看”的官方说法。因为这个客户在一开始接触的时候对我十分友善而且他主动提起他有兴趣，所以我认为成交概率很高，但最后还是以不成交收场，这样的落差让我十分沮丧。当下我也没有心情再去跑其他的案子，刚好想到附近有一位之前爬山认识的朋友林大哥，彼此很聊得来，又很久没见面了，就想去找他纯聊天。

我到林大哥公司时大约是下午一点，因为我没有事前预约，林大哥当时正和人谈事情，让我在一旁稍等，秘书将我安置在他会议室的一处会客区，我打开笔记本电脑准备上网打发时间，却听到了林大哥与另外两位的谈话。因为会议室只有简单的OA屏风分隔，所以他们谈的事情我听得一清二楚，原来那两位是同行，也是保险业务员。过程中我听到对方的财务规划和保障条件其实不会比我的方案差，而且他们还主动提出可以帮林大哥争取多3%的现金回馈。可能是考虑到我在等他，我感觉林大哥在催促他们赶快结束，下次再约时间来谈，果然不到10分钟，那两位就离开了。

之后林大哥和我天南地北地聊开了，兴奋地说他最近去菲律宾玩飞行伞的体验，一聊就是两三个小时。林大哥问我怎么穿得那么正式，我才说出我现在从事保险业，并急忙解释不是来卖他保险的，只是因为早上的案

子谈得不顺利，就想来找老朋友“疗伤”。听完这几句后，林大哥问我手上有没有跟刚刚那两位同行差不多的产品，我回答保险都差不多的，只是产品组合的差别，可以组合出类似的商品保障内容。我讲完之后，林大哥就接着说：“那你把合约拿出来，我跟你买一份保单。”尽管此时我建议书都还没有打开也还没有向林大哥详细说明保险内容，林大哥却毫不介意，甚至没有细看保险合同就直接问我在哪里签字，并表示将其余事项交给我全权负责。就这样，我意外拿到了一份大合约。我没有出让自己的佣金来回馈客户，没有讲到有关保障内容的任何一个字，没有在合同上写任何内容，花了不到三分钟就签下了一笔大单。前面的同行做了三次拜访，也送了一些礼品，却没能拿下订单。此次的经验让我想起几年前莫名其妙失去订单的情况，只是我变成了那个半路杀出的程咬金。然而，深究起来，我并不是靠那三分钟时间就拿下了订单，是靠之前我和林大哥每次出去爬山建立的友谊和信赖感。此后多次经历了类似的情况，我发现产品、专业、价格、服务这些都比不上信赖感。我不是说其他的不重要，只不过那些是做业务的基本要素，作为成交的促成工具就远不如信赖感了。

先卖自己，再卖商品

我曾经上过日本销售之神松桥良纪的课程，他认为做业绩“拉关系最重要”。

科技逐渐取代人力，如何让自己脱颖而出，学习创新技巧成为不二法门，而松桥良纪独创的“聆听式销售法”，成功地让自己的月薪从20万日元暴升到100万日元。他不止一次强调，成功销售秘诀在“关系”。

松桥良纪指出，业务员必须先卖自己再卖产品，他说：“这个时代，业务取胜的关键，在于具备‘建构信赖感’的技巧。”知道如何与客人聊天才能让他卸下心防，你就能更快地成交。

26岁就从青森乡下到东京打拼做业务的松桥，曾经认为用心做好产品介绍客户就会购买，结果讲越多业绩越烂，连续3年垫底，差点被开除。但参加业务课程后，他体悟到“少说多听、问对问题”才是王道。一个月后，他的业绩就从后段班冲到全公司430位业务人员中的第一名，月薪从20万日元暴涨到100万，翻身超级业务员，进而受邀接受NHK电视台、《钻石周刊》《东洋经济周刊》等媒体采访。

松桥良纪被称为“沉默的销售之神”，其高业绩的秘密武器，是独门绝招“下巴附和法”。一旦附和了对方动下巴的频率，就会连声音、表情、说话的速度和节奏、呼吸等，都和对方一致，信赖感也会大幅升高。

“实验证明，听人家说话的时候，会跟着动下巴、点头附和，和完全不这么做的人相比，对方的发言概率会增加48%。”这种种做法无非都是为了提升与客户的信赖关系。

你必须先花80%的时间，去创造20%的成就，如果成功要花5年的时间，你就必须花4年的时间打基础，但是最后20%的时间，会带来80%的成就，也就是你努力了4年会觉得怎么没有什么成绩，可是最后一年的努力倍增，所有成就都出现了。

日本销售之神原一平，曾经卖出一个大保单，在谈成那笔大单的过程中，保险的专业和业务技巧只占20%而已，而另外80%的时间都花在建立信赖感上。首先他会选定目标客户。他想到有钱的企业家都有打高尔夫球的习惯，于是他先去知名的高尔夫球场观察来往的车辆，看看哪一台车是名贵的车种，锁定一位企业家后开始观察，观察他的穿着、打球姿势、球鞋品牌、喝什么饮料、用什么牌子的球具、在球场的早餐都吃些什么、穿什么牌子的运动服、戴什么牌子的太阳眼镜，观察好一阵子后才开始接触。首先，原一平会先穿和目标客户一模一样的运动服、用相同品牌的球具，打球的姿势也调整得和对方一样，球鞋也是一样牌子同个款式颜色，

然后提前出现在目标客户面前打球，当那位企业家客户到球场后自然会被穿着一模一样的人吸引，等看到使用的球具一样、鞋子的品牌款式颜色一样，甚至连挥杆姿势都很像，当然就会好奇地前往问候。随后他们一起在球场共进早餐，当然原一平会先点餐，这时那位企业家会发现“天啊！你吃的也跟我一模一样”，当然这都是原一平观察过的，之后聊天的内容当然也是他设计过的。所有的一切都是为了迅速与企业家拉近关系，以便建立强烈的信任感。之后两人相谈甚欢，企业家邀请他周日来家中聊聊，原一平则说不如来他家吧！原一平早就按企业家的喜好设计了家里的摆设，企业家到原一平家里吓了一跳，因为他看到原一平的车竟然跟他一样都是宾士，而且是同款式，同样都是黑色，进入原一平家中就像是回到了自己家那般熟悉。没多久原一平就拿出他公司的一些产品建议规划书，因为信任度够所以也没有太多的反对意见，而且对方也没有进行所谓的比单，就顺利地签下了一笔大合约。看看这个成交流程，原一平先花了80%的时间进行调查和拉关系以培养信赖感，最后只花20%的时间提出方案促成合约。但是，一般的业务员恰恰相反，只花20%建立信赖感却花80%提出方案促成合约，这样会导致信任度不够，客户就算觉得产品好，也会找其他家的产品进行比单杀价。试想，如果你今天跟原一平一样是卖保险的，你觉得你找死党卖保单比较容易还是陌生人？相信这是你我都知道的，很多保单都是捧场性质的，对方买的时候完全不会在乎保单内容，他只在乎有没有帮到你的业绩，所以我们应该先建立信赖感之后再销售产品。

写下五个你身边与你的事业或所从事的产业有关的人，他们能够成为你的助力吗？

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

如果没有，你想从哪五个渠道攫得这样的人脉？

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

写下五个你要与之持续互动并永续经营与他们的良好关系的贵人。

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

001	前 篇 别做让信赖感扣分的事
002	1 别为他人而活
004	2 改掉不想麻烦别人的习惯
006	3 话题不能总是围绕着自己
008	4 不要什么事情都往坏处想
009	5 得理不饶人，伤人伤己
011	6 不要爱争辩，总希望辩个理
013	7 别成为小气却又爱炫耀的双面人
014	8 没眼色却自以为无辜
017	第一章 调整心态，改变的起点
018	1 认清自己，才能找到对频的人脉
021	2 别让恐惧限制了你
026	3 知道对方想要什么
029	4 聚焦，不需讨好每个人
030	5 善待身边的每一个人
032	6 不招人忌是庸才，人不避忌是蠢材
035	7 无欲则刚、检查自我
037	8 舍得、让利，懂得放水养鱼