

郑秀珍／著

只有不会卖东西的人，没有卖不出去的产品

拓宽销售思路，脱离销售瓶颈，找到销售成功的新方法，把手中的产品变成热销品



中國華僑出版社

A large, stylized silhouette of a person in a business suit holding a briefcase. The silhouette is filled with various business and financial icons, including a clock, pie chart, calculator, smartphone, and various symbols of industry and commerce. The background is a light gray with faint, repeating text patterns.

中國華僑出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

销售不跟踪,一切都成空 / 郑秀珍著. —北京: 中国华侨出版社,

2018.12

ISBN 978-7-5113-7789-0

I. ①销… II. ①郑… III. ①销售—通俗读物 IV.

①F713.3-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第249601号

●销售不跟踪,一切都成空

著 者/郑秀珍

责任编辑/高文喆 姜薇薇

封面设计/聂 辉

经 销/新华书店

开 本/710毫米×1000毫米 1/16 印张/16 字数/210千字

印 刷/北京溢漾印刷有限公司

版 次/2018年12月第1版 2018年12月第1次印刷

书 号/ISBN 978-7-5113-7789-0

定 价/39.80元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里26号通成达大厦3层

邮编100028

法律顾问: 陈鹰律师事务所

编辑部: (010) 64443056 64443979

发行部: (010) 64443051 传真: 64439708

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com

| 前言 |

P R E F A C E

长期从事销售工作的朋友也许深有体会，如今，销售行业所面临的情况和以往已经大不一样。当然，销售所涵盖的基本内容几乎没有变化——做一个好的倾听者、给予客户好的服务，以及争取相关业务这些基本内容，将会一直是销售的主体，它们还会和以往一样重要。但是，销售和关系构建方面发生的微妙变化，已经大大增加了这场心理博弈的难度。

如今，资源更珍贵了，竞争更激烈了，客户的选择也越来越多，他们可以获得的信息比以往任何时候都丰富，各商家的运作也越来越精细。当今各个行业的客户成功率，可以说已经处在历史的极低点，与此同时，客户期望值却在不断飙升。销售人员能轻松拿下订单的时代已然不复存在了。

前些年，一般来说，向客户提供良好的服务、展示对所销售产品的专业知识，就可以赢得客户的满意。汤姆·皮特在畅销书《追求卓越》曾讲述过商业成功的关键：如果我们向客户承诺提供卓越的服务，他们会向我们提供订单作为回报，并承诺永远忠诚于我们。显然，这种情况已经成为历史。现在，单纯的优质服务及精湛的产品，已经很难让客户满意了。因为这正是客户所期待的，他们期待优质的



服务，但即便你提供了优质的服务，他们也只认为是理所当然，并不会被打动。而且，假若你不能迎合他们的期待，他们知道还有其他人可以做到。

就目前的状况来说，优质的服务是赢得竞争资格的最低保证，即便它依然非常重要，但是，它本身不会再带给你任何竞争优势。如果你不“别出心裁”，让客户感到物超所值，那么你成功的可能性将会非常低。

不过，销售行业里同样有这样一句话：只有不会卖东西的人，没有卖不出去的产品。换言之，给你一个产品，你卖不出去，不是产品的问题，很大程度上是因为你本事不够。一个销售员的成功，往往不是因为他公司所提供的服务有多好，而是因为他自己够聪明，有属于自己的销售绝招！对于真正的聪明人而言，就没有卖不出去的产品。一个销售员的失败，欠缺的就是卖出产品的智慧。读一读《销售不跟踪，一切都成空》，相信你在品读中能够拓宽销售思路，脱离销售瓶颈，找到销售成功的新方法。

| 目 录 |

C O N T E N T S

第一章 赢在心态

——心理承受力是精英与菜鸟的分界线

心态决定命运。真正导致业绩平庸的，不是销售员们经常抱怨的激烈的同行竞争，萧条的市场环境，难缠的客户，而是潜在他们内心深处消极的心态。如果不能摒弃这些侵蚀业绩的“蛀虫”，即使外部条件再有利，也不能成就卓越的业绩。

做销售，不要怕“丢面子” / 2

要保持长久的热忱 / 7

销售不是卑躬屈膝的职业 / 12

有自信，才有说服力 / 14

没有勇气，就没有业绩 / 17

不是想要，而是一定要 / 20

销售员要百折不挠 / 23

不要轻易说放弃 / 25

困难是弹簧，你弱它才强 / 27

把焦点集中在订单上 / 30



第二章

客户是资产

——挖掘客户关系，追踪客户终身价值

卡耐基说：成功来自于85%的人脉关系，15%的专业知识。销售人员应当不断地去挖掘、培养客户，培养人脉资源，这样做起工作来才会事半功倍。

找到客户是销售首要任务 / 34

不要轻率忽视任何人 / 36

挖出每位客户背后的“金矿” / 41

不胆怯，不逃避 / 43

对客户的名字记忆犹新 / 46

认真对待老客户 / 50

建立属于自己的客户群 / 53

寻找客户“联络人” / 58

甄别准客户与“假”客户 / 64

第三章

约见与拜访

——从排斥感到吸引力，奠定销售发展基调

要想成功的约见与拜访客户，我们要学会换位思考，反过来想想，顾客凭什么接受我们的拜访，给他一个见我们理由，千万不要让他觉得见你有压力，因为，每个人都喜欢自由自在，都不喜欢有压力，所以在约见和拜访客户的过程中，你需要创造一种轻松并美好的气氛。

约见客户首先要礼节到位 / 74

让电话一打就约见有效 / 78

不容有错的约见三要素 / 84

业绩与时间紧密相连 / 90

你的形象决定能否拿单 / 94

着装的关键在于客户认可 / 98

一开口就把客户心锁打开 / 102

不动声色逆转客户的消极态度 / 106

给再访打下一个美丽铺垫 / 111

去时要比来时还要美 / 116

第四章

观察与应对

——有效引导客户的心理活动

真正的销售过程其实就是不断揣摩顾客心理的过程。如何把合适的产品在顾客心理最舒适的情况下销售给他，最考验销售功底。

对不同客户，采取不同的销售策略 / 120

了解客户，才能有备无患 / 127

透过肢体语言读懂客户心理 / 130

客户不满的信号及对策 / 132

客户不感兴趣的信号及对策 / 134

客户质疑的信号及对策 / 136

客户认可的信号及对策 / 137

客户犹豫的信号及对策 / 139

窥破客户眼神之中的深意 / 141

读懂客户话语中的潜台词 / 143

第五章

情感跟进

——由浅入深，进一步强化客户信任感

销售活动不应是死板的公事公办，而应该尽量加入一些人情味，我们可以和客户先做朋友，后做生意。所以，如何与客户做朋友，对销售工作来说很重要。

这样接近客户他才不排斥 / 146

信赖感是拿订单的前提 / 150

客户的信任决定你的业绩 / 154

与客户发展友谊 / 157

把情感注入到销售活动中 / 160

用你的关心换来客户的心 / 162

让客户感到你在为他着想 / 164

通过亲和力强化客户关系 / 169

第六章

微迎合

——把客户当成恋人去经营

销售，我们不仅仅是推销我们的某种产品，而且是为客户提供解决问题的最佳方案。想成为一名成功的销售人员，我们应做到态度最积极，知识最丰富，服务最周到，让客户做“主人翁”，以我们的服务优势，给予客户最优美的心理体验。

不要试图挑战客户 / 174

容易得罪客户的话不能说 / 176

- 努力让客户的不满变圆满 / 180
- 让客户的抱怨烟消云散 / 185
- 适当地赞美客户 / 189
- 激发客户的兴趣 / 193
- 别让不小心毁了到手的生意 / 196
- 倾听有时比会说更有征服力 / 202

第七章

赢单的关键

——趁热打铁，让客户不知不觉说“是”

现代销售既是一项复杂的工程技术，又是一种技巧性很高的艺术。销售员从寻找客户开始，直至达成交易获取定单，不仅要周密计划，细致跟踪，而且要与客户进行重重的心理博弈。由此，销售员必须顺应客户的心理活动轨迹，审时度势，及时在“促”字上下工夫，不断强化其购买动机，加快其决策进程。

- 抓住客户需求点做产品介绍 / 208
- 提升产品的价值品质 / 211
- 用优美展示瞬间赢得客户芳心 / 216
- 让客户在产品体验中被深深吸引 / 221
- 刺激客户将购买兴趣转化为欲望 / 224
- 利用惯性思维使客户持续说“是” / 229
- 抓住成交时机 / 233
- 在谈判中，将策略和技巧相结合 / 238
- 采取正确的营销策略 / 242

第一章

赢在心态

——心理承受力是精英与菜鸟的分界线

心态决定命运。真正导致业绩平庸的，不是销售员们经常抱怨的激烈的同行竞争，萧条的市场环境，难缠的客户，而是潜在他们内心深处消极的心态。如果不能摒弃这些侵蚀业绩的“蛀虫”，即使外部条件再有利，也不能成就卓越的业绩。



做销售，不要怕“丢面子”



对于刚接触销售这个行业的人来说，面子这关恐怕是最难过的，“不好意思”这四个字往往就是影响其销售业绩的主要原因。因此，销售新人一定要无所畏惧，大胆出击，这样才能攀上业绩的高峰。

很多刚刚进入销售行业的人业绩都是很平庸的，为什么会这样？有人说是因为经验的欠缺，有人说是因为同行竞争的激烈，也有人说是因为现在的客户太难缠……不可否认，这些都是制约销售业绩的因素，但最根本的因素还是有些人太顾及面子，觉得干销售工作有些难为情，害怕接触客户，以致影响自己的业绩。

怕丢面子确实是销售新人的主要问题，只有抛弃面子，坦然面对客户，才能取得骄人的业绩。那么，怎样做才能闯过这个“面子关”呢？

1. 相信自己

自信是销售成功的基础。相信自己就意味着相信一切，包括相

信自己能战胜一切困难。只要树立对这种职业的自信心与自豪感，就会勇敢地面对陌生客户。

2. 评价客户

任何人都特别在意别人的看法。但作为销售员，如果特别在意别人对自己的评价，那么无形中就会产生压力，当然会表现的紧张无措。所以，不如暂时忘记自己，反过来评价对方。仔细观察对方的表情、说话神态，找到对方的缺点。只有这样，才会由被动变为主动，压力也会顿时消除。

3. 放开声音

与客户初次会面时，不妨尽量放开声音，大声说话，偶尔幽默一下，这些都会使紧张的心理马上放松，面子问题也就被抛到九霄云外了。

4. 肯定自己的长处

任何人都有自己的长处，关键是看你能否发现它们。所以，在初次和客户会面时，要多想一想自己的优点，即使是不足为外人称道之处，也可以采用自我扩大的方法，将其扩大成足以令人自豪的长处，而将那些无言的自卑抛于脑后，相信自己，以此消除压力。

5. 放松心情

作为销售新人，很容易被客户的地位、头衔镇住，心理上会不自觉地产生压力。其实，想一想，他们肯定也有着脆弱的一面，这样就会让自己紧张的心情松弛下来。

6. 得失别看得太重

无论做什么都要掌握一个度，过犹不及。所以，在初次会面时，不要把得失看得太重，只要能与对方建立良好的关系，甚至取得再次见面的机会就够了。如此一来，就不会把“面子”看得太重，就可以从容自若地与陌生人交流了。

此外，还有一些人在销售过程中总是战战兢兢，生怕被客户拒绝，丢了面子。有些人还会因此半途而废。其实大可不必觉得销售失败就是丢面子。因为从失败中可以学到很多有用的东西，而成功其实就在离失败不远的地方。

作为销售员，应该树立这样的观念——被客户拒绝只是一次销售行为的失败，根本不会丢掉自己的面子。况且，销售员所追求的并不是“面子”，而是事业上的成就。有了这样的想法，你就不会再认为被客户拒绝是一件丢面子的事情了。

有一个销售员，他四十多岁才开始从事销售工作，在此之前从未有过任何销售经验。通常情况下，像这么大年龄的人更爱惜自己的面子，更害怕被人拒绝。可是不到一年半的时间，他就成了当地最杰出的销售员，所创造的业绩纪录很长时间没有人能打破。

有人问他：“你是怎么成功的，难道你不怕被别人拒绝吗？”他笑了：“干这行的谁不怕被客户拒绝？”人们不解地接着问：“那每次客户不买你的产品时，你心里是怎么想的？你不觉得非常丢面子吗？”他说：“我认为，拒绝是客户的权利，拒绝不拒绝那是他们的事。而是否觉得很丢面子，则是我自己的事情。我不会认

为这是一件丢面子的事，我只是认为我还没有解释清楚，他们还不太了解我的产品而已。既然他们不太了解，那么我就再换一种方式向他们解释，一直到客户完全了解为止。”他说，曾经有一个客户，自己一直对其解说了好几年，换了好多种方式才终于让他了解了产品的优点及好处，并最终销售成功。

看来这位销售员成功的秘诀很简单，他把拒绝当成客户的权利，而把面子当成自己的感觉。他并不在乎自己的感觉，只是在乎自己的业绩。

奥利·费尔刚进入销售行业时，由于在销售方面没有经验，所以表现很差。当公司将一个新客户交给他让他去拜访的时候，他几乎不敢与客户对视，对客户提出的问题也回答得结结巴巴，等到与客户交谈结束后才发现自己紧张得连衬衣都被汗水浸湿了，手掌心也全是汗水。可以想象这次拜访以失败告终。

可是他没有因此而垂头丧气，也没有因为失败而在同事面前抬不起头。他对自己进行了认真反省，而且主动向有经验的同事请教销售技巧，最后得到的结论是：自己虽然拥有一定的销售方面的理论知识，对产品的质量、性能也相当了解，但在与客户交往时害怕失败，因此不能很好地与客户沟通，这成为他销售失败的“结”。

于是，在以后的销售工作中，他总是不停地对自己说：“假如这次失败了，也不会丢掉我的面子。总有一天，我会获得成功。”

同时，他还认真制定销售计划，思考要实施这些计划所应该掌握的知识，然后利用业余时间尽力去补充这方面的知识。

为了在行业中成为一名优秀的销售员，他兢兢业业地工作，不断地进行自我补充和自我完善，深入了解公司相关产品的长处和短处。逐渐地，他能够从容自若地面对客户，并能够与客户进行比较深入的沟通了。

有一次，公司遇到了一个大客户，其他同事因害怕失败而不敢接这单生意，而他却自告奋勇去完成这一任务。在销售过程中，他完全放下“怕丢面子”的包袱，全身心地投入进去。功夫不负有心人，他的努力最终换来了签约成功，这使他更加信心百倍。

此后，他虽然也遇到过失败，但是他总能从失败中总结教训，从中汲取经验，并始终注意通过学习和思考，使自己的销售能力飞速提高。最后，他为公司赢得了越来越多的客户，成为全美国最优秀的销售员之一。

即使最好的销售员也难免要经历无数次拒绝。无论客户拒绝多少次，销售员也要有勇气面带微笑地再试一次。

实际上，那些优秀的销售员在被客户拒绝以后，想到的根本不是毫无意义的“面子”问题，他们会对遭拒的原因进行理性分析，然后争取在下次销售时补救过来。这种健康的心态，不但能立刻改变他的心情，更重要的是能让他在被拒绝之后成长起来。

要保持长久的热忱

我们经常会发现这样一种现象，一些缺乏经验和销售技巧的新人会创造一些不俗的业绩，甚至连一些老销售员都无可奈何的客户都能拿下来，让人不得不感叹“初生牛犊不怕虎”。那么这些销售新人有什么秘密武器吗？他们的成功靠的是什么呢？其实答案很简单：热忱。

实践证明，销售员自身的热忱对其成功的作用占90%，而产品知识只占10%。很多初入销售行业的朋友虽没有学会太多的销售技巧，却能不断地将产品销售出去，创造不错的销售业绩，其原因就是他们对自己的工作具有高度的热忱。对于一个销售员来说，技巧并不是唯一重要的，业绩的创造往往始于热忱。

有一天，一位年轻的销售员向某公司的办公室主任推销打印机，这位主任同往常应付其他销售员一样回答说：“我考虑看看。”这位销售员是一位销售新人，不知道这是借口，听他这么说就高