

黄桥◆编著

女性是天生的销售冠军

销售圣经

女版

THE SALES BIBLE

FOR WOMEN

★第六感：感性比理性更容易打动人

★沟通：女人比男人更善于沟通

★柔韧：稳中求胜，更容易成为长跑冠军

★借力：更容易得到外界的帮助

南方出版社

黄桥◆编著

(女版)

销售圣经

THE SALES BIBLE

FOR WOMEN

南方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售圣经:女版/黄桥编著. —海口:南方出版社, 2012.5

ISBN 978-7-5501-0826-4

I. ①销… II. ①黄… III. ①销售-方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第075492号

书 名: 销售圣经:女版

作 者: 黄桥

出 版 人: 赵云鹤

出版发行: 南方出版社

地 址: 海南省海口市和平大道70号

邮 编: 570208

电 话: (0898) 66160822

传 真: (0898) 66160830

经 销: 新华书店

印 刷: 北京佳顺印务有限公司

开 本: 690×960 1/16

印 张: 11.5

字 数: 140千字

版 次: 2012年6月第1版 2012年6月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5501-0826-4

定 价: 28.00元

该书如出现印装质量问题,请与本社北京图书中心联系调换
电话: (010) 65068303-622

序言

女性天生是要做销售冠军的

这个世界的实质是“买卖”。每个人都是通过购买行为，来满足生活和生命所需。没有买卖就没有我们的生活，至少生活不会像现在这样便利。我们可以购买德国的汽车、法国的服装、美国的电脑、意大利的香水，我们可以在网络预订和购买各种商品，而且商家还会送货上门。

销售不断改变着我们的生活，而这一切行为的发生，都离不开销售人员。正是销售人员在努力地把各种消费品卖给我们。当人们还没有意识到的时候，营销就已渗透到世界的每一个角落，渗透到日常生活的点点滴滴中。从每天早晨睁开眼睛到夜晚闭上眼睛休息，从水杯牙膏，到乘坐的交通工具，从短信到宠物粮食，都是营销的杰作！

销售在生活中发挥如此巨大作用的时候，有一种现象的出现，给销售带来了无与伦比的影响，那就是女性越来越多地投身销售领域。我们都知道，在自由与平等的社会里，女性获得了参加工作的机会。之前，女性是家庭的主角，而不是职场的主角。生儿育女、相夫教子

是她们的主要职责。现在女性开始更多地投身工作中。工作后的女性发现，她们的创造力比起男性，并不逊色。尤其在销售行业，女性有男性无法比拟的优势，这足以让女性成为销售领域内的翘楚。

说到销售，虽然有很多男性销售员取得了不错的业绩，但那是在女性没有涉足这一领域的时候，所以看起来销售行业像是只青睐男性。但是现在，东方有柴田和子，西方有班·费德雯，她们创造了销售领域的神话。柴田和子，在初入销售行业时对这个行业一无所知，但是在入行一年后，她做成的单子累积达到 68 亿日元，只能用奇迹来形容。

那么柴田和子是怎样取得这样的业绩的呢？她是以女性的直觉加上天分来做销售的。正是这些特质让她赢得了比男同事更多的机会，在竞争中打败了男同事，赢得了更多客户。在柴田和子的销售经历中，我们时时刻刻能发现女性做销售所具有的先天优势，这些特质是男性所不具有和很难掌握的。例如，在柴田和子不顺利硬着头皮进行销售活动时，她始终没有忘记真诚；不论成不成交她都很有礼貌，不忘时时对客户说谢谢；她很感性，能够将欢快的情绪感染给客户；她很细心，她拥有一种魔力，能让每一次销售都变成客户难以忘记的体验；她总是站在客户的立场为对方着想，她让客户产生信任的感觉，所以和她打过交道的老客户都乐意给她介绍新的客户。

当销售员掌握上述的这些武器时，销售自然游刃有余、水到渠成了。即使因为警惕而疏远的客户也会变得容易接触和沟通，销售的过程会更愉快，而老顾客还会带来更多的生意和新顾客。现在很多公司都打出这样的口号：想要胜利，除了信得过的产品质量，更需要像柴田和子一样的女销售员。这也是为什么如今的销售人员比例中，女性占绝大部分，这也解释了为什么许多公司更愿意招聘女性做销售人员。女性更容易说服客户，带来生意，创造出更好的业绩。

一般来说，女性总是给人一种温柔、婉约、漂亮的印象。几乎所有的客户都不会在销售过程中很直接或粗鲁地拒绝女性销售人员。这就为销售赢得了面谈的时间和机会。女性内心都比较细腻，容易找到双方感兴趣的话题，容易和客户沟通。销售面对的是各种各样的客户，他们需要不同的服务。女性销售员通过细致的观察，亲切的交流，能够很快发现客户的需求，并为之量身定做一份销售计划。同时女性销售员更为热心和耐心，心理承受能力强，她们能够消除客户对销售人员莫名存在的敌意。女性在大多数人眼里不会构成威胁，而且天生善于博得一定的同情，所以在同等的条件下，客户更愿意照顾女性的业绩。

综合这些主客观条件，销售专家一致认为，女性比男性更适合做销售。女性是天生的营销高手，比男性更容易成为销售冠军。

序言 女性天生是要做销售冠军的

第一章 女性天生就是做销售的

为什么说“女人比男人更适合做销售”？

第六感：感性比理性更容易打动人 003

沟通：女人比男人更善于沟通 010

柔韧：稳中求胜，更容易成为长跑冠军 016

借力：更容易得到外界的帮助 021

第二章 客户让你如鱼得水

所有的客户都“谢绝推销”？作为女性，你真的能搞定所有客户。

男性客户：他们更愿意和你打交道 029

女性客户：她们的消费心理跟你一样 035

老年客户：他们的需求都写在脸上 042

年轻客户：用真诚能轻松搞定他们 048

第三章 你的秘密武器是自己

乔·吉拉德用他自己的行动告诉我们：撬动销售的支点就是你自己。

启动首因效应，女人天生就有亲和力 055

安全边际效应，化解“防火墙” 061

同理心原则，洞察客户心理 067

闲聊原则，家常里的经济学 073

偶尔示弱，创造意想不到的奇迹 080

第四章 发挥你的优势，并持续跟进

在销售行为中，女性非凡的交际能力，将帮助她们拿下订单。

用“能说”“善听”“多问”来建立焦点效应 089

情感转移，会让销售过程更轻松 095

细心周到，让客户享受到全程服务 099

用人情味固定关系，建立超级人脉 105

口碑营销，把客户变成你的推销员 110

第五章 克服这些你能做得更好

相对于女性的销售优势，女性应该避免短板效应，克服自身缺点。

情绪比较波动，容易受到外界影响 120

矜持和抱怨，会错失销售良机 126

可怕的虚荣心 131

不自信，不敢冒险，你会损失更多 135

应变能力差，协调能力不够 141

效率低下，在细节上浪费太多时间和精力 146

忠告：向男销售员学习，取长补短 151

第六章 销售中的提升和爆发

女性在销售中要深挖自己，让“销售小宇宙”全面爆发。

通过专业培训，充分了解产品信息 157

利用销售困境，控制情绪，做情商达人 161

在谈判中克服胆小、柔弱等女性先天劣势 166

第一章

女性天生就是做销售的

为什么说“女人比男人更适合做销售”？

第六感：感性比理性更容易打动人

台湾销售业奇人李经康曾提及自己的一位女同事，讲述她如何凭借第六感，利用感性销售，最终说服客户，卖出天价别墅的成功案例。

公司承接了一批别墅的营销业务，这些别墅地段好，性价比也高，当时正值经济萧条时期，这类价值 5000 万左右的别墅有价无市。虽然不会大幅度缩水，可是想要顺利找到买家也绝非易事。然而对于销售员而言，这里面的利润空间很大，但是前提是能将别墅顺利卖出去。这位女销售员决定搏一搏，从公司接了 5 幢别墅，只要能卖出一幢，仅提成就能拿到 200 多万，比卖普通的商品房划算多了。但是过了很多天都没有人问津。后来，终于有一对夫妻看中了其中的一幢别墅，而且对各方面都比较满意，但是他们没有立即支付订金，而是约定第二天和家人一起过来重新看看后再决定。第二天来了十几个人，一大家子，众人纷纷发表自己的意见。通过观察，这

一位女销售员凭直觉看出真正能起到决定作用的是一位老太太。于是，她拿出自己的亲和力和老太太拉起了家常，一来二去，和老太太攀上了潮州老乡的身份。其实这位女销售员本身并不是潮州人，她的先生是潮州人，她也会说简单的潮州话。但就是这样简单的攀谈，大打感性牌，在经过很长时间的协商后，这对夫妻还是在当天决定买下这幢别墅。

这并不是特例，事实上很多营销范例中，女销售员都能给我们上堂类似这样生动的一课。唯一的区别是，诸如柴田和子等有经验的女销售员，她们是有意识地利用自己的天赋来为自己的营销服务，而大多数刚进入销售行业的女销售员却只是凭直觉行事。她们并不知道自己取得销售成功的秘密，而以为是一种意外，是上天的垂怜。

不仅如此，很多女销售员还特别羡慕男性销售员，认为他们的理性能帮助他们取得更好的业绩。但她们大错特错了。在某些领域，比如发明创造领域，理性确实发挥着重要的作用。不过在销售行业中，因为是将产品和客户联系在一起，所以感性的作用反而更为直接有效。

女性销售员在关键时刻的感觉是比较敏锐的，这大大有助于及时准确地抓住销售良机，使一个 case 成为一纸合约。“我的直觉告诉我应该这样做”“为什么我不能这样做呢”，类似这样的判断或许并不合逻辑，但是它带来的效果却是最好的。对于大多数人来说，销售就像是一个迷宫，从产品端到客户端，或许颇费周折，但是女性仿佛拥有阿里阿德涅之线，即使她们无法具体地说出自己是怎样达到目的的，但是她们能明确自己的方向。她们能够轻而易举地走

出销售的迷宫。

女性具有直觉性的思维。与男性销售员相比，女性销售员无论是在语言方面还是行动方面，都欠缺逻辑性，更趋于感性。但是，这恰恰是女性在销售中得天独厚的优势。行业专家称其为“感性的力量”，其中神秘的第六感是最具代表的一个方面。正如上述案例中所说的，女性销售员就能找到决定销售成败的关键因素，这可以归功于“第六感”。“第六感”能让她们在正确的时间，和顾客找到共同的话题，达成良好的关系。

可以说，“感性销售”是女性能快速适应销售行业并能取得佳绩的最有力的武器。这也是本书所要阐释的重点内容，它能帮助女性明确自身的优势，并能快速融入销售行业，以及力争成为销售佼佼者。

关于女性销售员的“感性销售”，主要体现在以下六个方面，即亲和力、同理心、协作意识、细心、忠诚度和耐心勤奋。这六大感性能力每一项都在销售过程中发挥重要作用，糅合在一起，它们产生的就是“第六感”，也就是直觉，对销售而言更是意义非凡。

正如做生意需要直觉一样，销售同样需要直觉。直觉是一种判断力，具体地说是一种预判力。比如说，对自己适合做哪一类销售，如何更有效地传达产品的有效信息，如何确立潜在的客户，如何与客户保持联系，这些都需要预判。只有预判才能让销售“一切尽在掌握”中，同时又能不着痕迹，让客户心甘情愿为你奉上支票。

比如说，所有的家居产品，无一例外都会选用女性做代言人或做营销，因为此类产品不需要理性，只需要感性。即使有男性出现

在这类广告中,我们也会发现这类男性其实“有一点娘娘腔”或“很有女人缘”。洗发用品、厨具和卧室用品等,都体现了“感性的力量”压过“理性的力量”这一点。

即使是美酒名车,我们也会发现女性销售员出尽风头,这种只可意会不可言传的效果体现的也恰恰是“感性的力量”。可以说,女性只要发扬和挖掘自身的“感性的力量”,销售就会无往不利,就可以做到巾帼不让须眉。

下面我们具体来了解一下女性身上蕴藏的“感性的力量”,让其呼之欲出,为女性所用,让女性的销售变得轻而易举,并使一般的销售活动变得意义非凡。

第六感。男性喜欢对自己的所作所为进行充分的论证,否则他们就会不知所措。等到论证通过,最佳的销售时机也已经丧失。而女性更愿意“跟着感觉走”,不需要过多的假设。是的,这得归功于第六感。当然,她们无法说清楚这种“第六感”,她们也不想去描述。因为,她们的“第六感”告诉她们,如果这样做的话,会得不偿失。

亲和力。亲和力让女性能够和客户成为好朋友,并与客户构筑坚固、良好的关系。女性身上的亲和力明显要高于男性,这从女性的微笑次数、声音的柔和度,以及外形上,都能得到体现。这种亲和力也同女性的“母性”深有关联。她们更容易包容别人,并向他人敞开自己。这种特性能够自然地消除客户的防备心理,让成功的概率大增。

同理心。对于一桩成功的销售,男性会觉得“这全是我的功劳”,

而女性会觉得“非常感谢对方的帮助”；对于一桩失败的销售，男性会觉得对方“真是个混蛋”“在耍我呢”，而女性会觉得“对方拒绝并没有错”“是自己做得还不够”。女性更习惯于设身处地为客户考虑，所以会让客户觉得，“这次拒绝了她真不好意思”“我会给她介绍合适的客户”。这是刚性与柔性的区别，也就是说女性心底更加柔软，更易于产生同理心。

协作意识。协作意识指学习、领悟和创新的意识。一个新入行的女性销售员会是经验丰富的老将所欣赏的学生，因为她不会夸夸其谈和自以为是。她会说，“我还是一个新手”，“我应该尽快适应自己的角色”，“对每一位顾客提供力所能及的帮助”。她保持谦逊，不会捣乱，同时她会提供有效的建议，并且她们的建议更容易让他人接受。这种协作意识将弥补销售人员和客户之间的鸿沟，她不会强卖，她的表现会像是一个顾问，她只提供参考意见，因为建议中肯而容易被人接受。这种协作意识会让女性销售员和客户成为“站在同一个战壕里”的队友，赢得客户的充分信任。

细心。男性大多表现得大大咧咧的，很少有心细如发的。在销售过程中，因为细心，总能找到共同的谈资，找到客户接受产品的理由，找到建立融洽关系的途径。

忠诚度。在销售过程中，“客户式思考”是很重要的，销售员应该站在客户的立场，来做出自己的销售行为。在销售过程中，客户最关心的是什么呢？很多人以为是产品本身。其实这种观点是错误的。客户一般不会选择质优的产品，而是会选择合适的产品。什么叫合适的产品？要找到答案，这就要看销售员的表现了。销售员

在销售过程中一般会采取引导式的销售方式，以忠于产品（公司）博得客户的好感和信赖。在这个过程中，销售员的作用是主动的，而客户的接受是被动的。这个过程中的难点是，主动销售很可能会遭到客户的拒绝。因此，在主动式的销售行为中，我们十分强调忠诚度。

在一次精英会议中，一位著名的销售大师给一群销售员做培训。在休息的间隙，上海达利园的一位销售总监毛遂自荐走上讲台，他向会场上的人兜售他的月饼。在众人惊愕的时候，销售大师率先订购。销售大师说道：“如果连销售人员都对自己的产品不够信任，那么别人就更不会购买他推销的产品。在销售中有两个前提，首先是对产品忠诚，其次是对客户忠诚。”只有这样，才能打消客户的疑虑和戒备。女性在这方面的优势很明显，她们习惯稳定，所以不会那么容易被高薪挖走，也常会和客户结下友谊，并不会损及客户的利益。现在很多男性在工作中，跳槽如家常便饭，这更能反衬女性的可贵，她们更忠诚于自己的工作和自己手中的客户。

耐心勤奋。销售不是一蹴而就的，有的时候销售过程会显得曲折漫长，常常要经历谈判的拉锯战，还会面临客户的突然反悔。这个时候不仅需要耐心，还需要勤奋。用耐心和勤奋（例如多次电话拜访）达成目标。女性一向被认为是吃苦耐劳的，她们不论是为了家庭、公司和客户，都会勤勤恳恳，认真负责。这种不妥协的精神，很容易打动客户。

这些优势都是女性与生俱来的，在销售过程中，只要女性善于发挥这些“感性能力”，就很容易拿到更好的业绩。就如日本销售