



做一单成一单

优秀销售人员必须掌握的说话技巧

邱伟◎著



ZUO YI DAN
CHENG YI DAN

把死单做成活单、把小单做成大单的成交说明书

献给中国各行业的销售人





做一单成一单

销售好不好做？

不好做！因为把别人的钱变成你的钱肯定要费一番周折。谁不心疼自己的钱？

销售好不好做？

好做！因为是你把优质产品提供给了别人。谁不想使用质量过硬的产品？

在转变思维、摆正心态的前提下，**销售就是寻找质量和价格的平衡点。**

高手都是在实战中慢慢锤炼出来的，只要摆正心态，一步一步来，**做一单成一单，你也可以成为销售高手！**



上架建议 销售、成功学

ISBN 978-7-5484-0006-6



9 787548 400066 >

定价：26.00 元



做一单成一单

优秀销售人员必须掌握的说话技巧



哈尔滨出版社

图书在版编目(CIP)数据

做一单成一单:优秀销售人员必须掌握的说话技巧

邱伟著. —哈尔滨:哈尔滨出版社,2011.5

ISBN 978-7-5484-0006-6

I. ①做… II. ①邱… III. ①销售—语言艺术

IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第031963号

书 名:做一单成一单——优秀销售人员必须掌握的说话技巧

作 者:邱 伟 著

全案策划:瀚涛国际

责任编辑:罗 伟 关 健

责任审校:陈大霞

封面设计:艾博堂书装

出版发行:哈尔滨出版社(Harbin Publishing House)

社 址:哈尔滨市香坊区泰山路82-9号 邮编:150090

经 销:全国新华书店

印 刷:北京佳明伟业印务有限公司

网 址:www.hrbcbbs.com www.mifengniao.com

E-mail:hrbcbbs@yeah.net

编辑版权热线:(0451)87900272 87900273

邮购热线:(0451)87900345 87900299 87900220(传真) 或登录蜜蜂鸟网站购买

销售热线:(0451)87900201 87900202 87900203

开 本:787×1092 1/16 印张:14.5 字数:200千字

版 次:2011年5月第1版

印 次:2011年5月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5484-0006-6

定 价:26.00元

凡购本社图书发现印装错误,请与本社印制部联系调换。

服务热线:(0451)87900278

本社法律顾问:黑龙江佳鹏律师事务所

自序

中国的现代化进程波澜壮阔，企业，特别是小企业的微观竞争力却惨不忍睹。大环境不是我们某个销售人员所能左右的，销售人员如何能够突破销售生涯中的职业困境，这才是本书需要去阐述的。

关于读书在销售当中的作用，笔者不看好，那么，销售书籍究竟能够给销售人员带来什么？那就是反思。将不系统的思维碎片整合成系统的知识，在工作中思维方式由感性逐步变成理性，通过做一单生意的成与败，知道销售就那几件事，谁能搞定客户谁就是英雄，因为公司只看数字，至于那些所谓的战略，都是书生们写来自娱自乐的。这样的观点存在于绝大多数销售人员的心中，那些成功的销售人员也不会思考自己为什么会成功，他们不看任何营销类的书籍，但却将销售工作做得风生水起，他们的成功多数是自发的成功。

我们要阐述的就是，要让销售人员站在长远和系统的角度，将自发的成功变成自觉的成功。以前很多销售的成功，销售人员多数是因为凑巧在那个时间、那个地点遇到了那些人，处于一种无心插柳柳成阴的状态。

本书要分析的恰恰是销售人员做单成功概率高的缘由，会告诉大家什么样的环境才是有利的销售环境，能够创造好的业绩。如何设计好自己的职业生涯，如何从战略和全局的角度去看待自己的工作。以往谈销售经验的书多数强调销售术，很少讨论企业竞争力的“势”。我的经验却是，销售人员把握了企业的“势”才能有所作为，“术”只是辅助，“术”是“势”的助力。

销售人员的起点决定了销售人员的成就，所以选择销售什么永远比怎么销售重要。营销部门需要什么样的人才才能获得更好的成果呢？答案是那些能够享受销售工作的人。重要的不是你谁，而是你和谁站在一起。每一个销售高手都是出色的演员，他们是自己职场上的导演。我们销售人员从个人职业发展的角度来看，不要相信那种“四两拨千斤”的小概率事件；销售高手都是相信“千斤拨四两”的，因为那才是自己职业成功的常态。产品和服务是营销的核心，糟糕的产品是销售人员成功的绊脚石。中国的消费已经升级，但是我们企业的营销并没有升级。这些是本书需要表达的观点，它们源于笔者的工作实践和商业观察。

在网络普及的时代，电子商务的大潮扑面而来，信息透明带来了便利也带来了更加残酷的价格战，电子商务永久性地剥夺了没有竞争壁垒的行业的暴利。这个时代微利是正常的，我们已经处在了一个竞争激烈的时代。笔者作为销售人员，也作为电子商务的从业者，清楚网络商务占据了销售额中很大的比例。所以深知那股力量的厉害，对于销售方来说，未来也许会证明，互联网是从魔瓶里放出来的魔鬼，具有颠覆性的力量。

关于本书要说的东西，我觉得主要是学习管理大师德鲁克的沟通方式，只想提十几个问题给我们的销售人员，希望能够启发大家思考。文中也会有笔者自己的答案，不过有些问题是无解的，有的问题却不止一个答案。

1. 在网络化时代，我们的客户和我们的信息已经对称，客户已经知道我们的成本线在哪里，我们怎么去为客户提供产品和服务？
2. 跨国公司和先进的企业推进营销工作的标准化、模块化和系统化，即使单兵作战，也能随时形成企业的整体配合。我们如何使用营销管理工具是我们提高做单效率的关键。
3. 在消费品领域，为何我们将产品卖得越来越低贱，而有一些企业却将自己的产品越卖越贵？
4. 社会贫富差距在扩大，国内消费已经升级，这已经是一个社会现

- 实。销售人员怎么去认识品牌的价值？如何进行品牌营销和沟通？
5. 我们为什么要去研究消费者？消费者的价值观已经存在，他们就在那儿，我们如何才能将产品和服务做到他们心中期望的程度？
 6. 关系营销和市场价格营销是两种不同的营销方式，在关系营销中我们怎么去面对普遍的商业贿赂行为？我们是向客户提供价值，还是找到利益关系人来推进销售？
 7. 销售人员的说服和沟通如何做到快速地建立信任？案例库这样的实证数据库是否已经用在我们的实际工作中？
 8. 善于自我管理是一个销售人员职业成功的前提，销售人员如何进行自我管理？
 9. 销售工作符合自己的价值观吗？销售工作会不会在内心产生强烈的冲突？
 10. 销售人员在销售工作中，必须不断地积累老客户，发展新客户，不能积累客户资源就意味着不能进步。销售人员如何做到积累老客户，积累人脉资源？
 11. 为什么我们说如果一个人要创业，最好等一等，找一份销售工作，如果能干好，自己创业成功的概率就会大增，反之就会失败？
 12. 无论做哪一单，都要问自己：我能为客户贡献什么？我能为企业贡献什么？我能为自己贡献什么？

销售行业是个实战行业，事情想明白了就好。其实销售就那几步，只要顺应了几条大的行事原则，加上销售人员的持续努力就能取得好的销售业绩。销售天才能够分析自己周围的环境，给自己找到一个最好的位置。在销售工作中不断地寻求硬的和软的支撑点，以保证自己职业的成功。另外，我要强调的一点是，销售不是什么高新技术，它没有那么复杂，它只是一套简单的程序。根本就不存在什么销售天才，所谓的销售天才都是非常善于借势的人，天才也是反复训练的结果。

前 言

销售是现代企业实现利润的最关键环节。因此销售的效率直接决定企业的成败。而销售人员就是“冲在最前沿的战士”。在瞬息万变的市场上，销售是连接企业与顾客之间的纽带，正是销售团队昼夜不停地进行着艰苦卓绝的战斗，企业才得以发展。

语言是人类沟通的媒介。在销售工作中，需要花费 50% 以上的时间，以书面、电话和面谈的形式与客户进行沟通。这些沟通决定了我们做事的成败。一切销售活动首先都是通过沟通建立联系，从而进入营销程序，最终签单成交的。所以说语言交流是销售行为的开始，直接关系到销售的效果。

在战场上，刀剑是有形的，而在销售中语言形成的刀剑却是无形的，杀伤力和穿透力比刀剑更强，有更职业化的意义和要求。一名签单无数的金牌销售员，并非是语言大师，也不一定会口若悬河地讲话，可他却能够把握机会，一语破的。一位成功的推销大师，曾感叹指出：一个理想的推销人员除了需具备一般人的品质外，还应具有哲学家的头脑、宗教家的精神、雄辩家的口才、外交家的风度和学者般渊博的知识。

一名成功的销售人员在完成销售中的每个环节时，都要调动各方面的能力，这样才可以精准地把握和掌控局面。比如：成功的销售人员说话时要有外交家的风度，能在举手投足之间、谈笑风生之时，让客户仰慕；成功的销售人员应具有哲学家的头脑，思维缜密清晰，这样对推销的各环节才能把握和安排得当；成功的销售人员也要有宗教家的精神，

这样才能在遭遇挫折时，仍然坚韧不拔，继续跟进；销售人员还要有学者般渊博的知识，只有对推销的商品了如指掌，对顾客的需求洞若观火，才能提高交易的成功率；销售人员更要有雄辩家的口才，在谈判桌与午餐会上舌战群雄，力排众议，说得客户对自己的主张点头称是……

如何赢得新客户的信任？

如何维护与老客户的关系？

如何应对目标客户的拒绝和敷衍？

如何让客户只钟情于你并为你提供源源不断的生意？

本书从发掘潜在客户、营销跟进、推销、说服、谈判、议价、签单、售后服务等销售全流程、各环节入手，全面解析成功签单过程中你要具有的“说”的技巧。作者根据多年来的实践经验，总结出在销售的各个环节中，销售人员与客户有效沟通的实用技巧，这些技巧可以帮你快速掌握其中的秘诀并应用在工作实践中。让你在快乐中体验销售的成功。

目 录

自序 / 1

前言 / 1

第一章 做单的首要武器——口才

1. 找准切入点保证沟通顺畅 / 1
2. 合理解释,消除对方疑虑 / 3
3. 做一个善于制造幽默的推销高手 / 4
4. 生动语言激发对方购买欲望 / 6
5. 有理有据建立信任关系 / 9
6. 从容友善,营造推销气氛 / 11
7. 艺术沟通,实现销售奇迹 / 13
8. 精巧发问,做个好学生 / 15

第二章 成单必备武器——心态

1. 开朗性格让销售变有趣 / 19
2. 充满激情地投入战斗 / 21
3. 坚定信念清除思想顾虑 / 23
4. 借鉴成功经验勇敢面对客户 / 25
5. 明确目标,时刻保持内心的方向感 / 27
6. 树立成功的企图心,语言要有影响力 / 30
7. 把沟通当做表演,让话语更加专业 / 32



8. 何意百炼刚,化为绕指柔 / 35

第三章 培养每一单——积累人脉

1. 订单蕴藏于人脉之中 / 38
2. 收集价值信息,捕捉销售商机 / 40
3. 事事都留意,处处攀交情 / 43
4. 投资于人,为未来铺路架桥 / 46
5. 组织聚会积人脉,凸显个性增魅力 / 48
6. 无孔不入万金油,爱好广泛做杂家 / 50
7. 自强不如有人提携,主动把握关键人脉 / 53
8. 千万不要小瞧女人的力量 / 57

第四章 打造每一单——营销工具先过关

1. 电话营销打头阵,有的放矢效率高 / 59
2. 电话沟通的技巧,语言魅力的展示 / 63
3. 用声音传递热情,友好语言添好感 / 66
4. 善用互联网,多渠道沟通 / 68
5. 网络沟通技巧多,电子商务抓订单 / 73
6. 全方位了解客户,学会投其所好 / 77
7. 掌握客户决策,抓住客户承诺 / 85
8. 善用 PPT 和视频,借演讲传达企业价值 / 89

第五章 进攻每一单——面谈和互动的技巧

1. 面谈是最好的销售方式 / 92
2. 出色的产品表达,专业的行业素养 / 94
3. 桌面上的产品和桌面下的利益 / 96
4. 锁定大客户,舍得下血本 / 100
5. 争取关键人物的支持,扭转不利战局 / 105

6. 创造多赢格局,平衡各方利益 / 107

7. 熟知客户,做透客户 / 110

8. 善用资源,随需而变 / 114

第六章 包装每一单——熟悉客户心智

1. 消费品推介营销,须了解客户价值观 / 117

2. 卖产品不如卖概念,增添产品虚拟价值 / 120

3. 独特的品牌诉求,产品的灵魂所在 / 123

4. 瑕不掩瑜,科学化描述缺点 / 126

5. 知道产品能够给客户带来什么价值 / 129

6. 认真分析客户需求,满足客户发展要求 / 132

7. 商品需要包装,企业需要形象 / 134

8. 品牌管家,像传教士一样工作 / 139

第七章 把握每一单——掌握谈判技巧并积极维护客户关系

1. 跟客户立场一致,合作谈判创造多赢 / 142

2. 善意的让步,条件必须是互相交换 / 144

3. 制造僵局掌握主动,合理地运用谎言与诡计 / 149

4. 服务每一单,挖掘老客户的价值 / 152

5. 搭建多渠道的客户服务关系 / 154

6. 建立稳定的客户关系,用增值服务创价值 / 156

第八章 解决临门一脚,促成交易落地

1. 摆脱焦虑情绪 / 159

2. 找出对方的真正意图 / 161

3. 首肯对方的观点,专业地给予解答 / 163

4. 从质疑中挖掘出客户的更多需求 / 165

5. 举例说明,事实胜于雄辩 / 166



6. 控制成功前的冲动情绪 / 168
7. 不到万不得已,不能“免费试用” / 170
8. 掌握性别特点,感性促成交易 / 172

第九章 搞定每一单——做单的程序和技巧

1. 强调产品的优势 / 175
2. 问对问题赚对钱,让客户亮底牌 / 177
3. 进攻就是防御,现场逼单策略 / 180
4. 价格与品质的比较 / 183
5. 学会迎合客户,让客户多表现 / 186
6. 学会组织协同,压制竞争对手 / 188
7. 善谋细节,更要善谋全局 / 191
8. 搞定事为本,搞定人为策 / 195

第十章 双赢每一单——快速做单的成交心法

1. 巧用从众成交法让客户签单 / 201
 2. 强调“物以稀为贵”,快速成交 / 203
 3. 假设成交后的实惠,陈述不购买的影响 / 204
 4. 故意制造悬念和紧张气氛,给客户施压 / 206
 5. 顾问式营销法,引导客户成交 / 208
 6. 真诚坦荡是打动客户的最后法宝 / 213
- 后 记 / 216

第一章 做单的首要武器——口才

1. 找准切入点保证沟通顺畅

一切销售都是从沟通开始的。

销售工作需要高质量的沟通，这是实现销售目标的首要条件，掌握并熟练地运用沟通的技巧，肯定会取得事半功倍的效果。

提升自身的沟通技巧，将会更有利于自身业务能力的提升。拥有良好的沟通能力，才能以更好的业务水平，去服务客户，更加有效地拉近客户与公司的距离，提升客户对公司的忠诚度，真正架起客户与公司之间的桥梁。

另外，这种高质量的销售沟通也可以为销售人员积累人脉，毕竟任何生意都是人的生意。任何事情考虑了人的因素，给客户留下了很好的印象，都不仅可以在生意之中交到朋友，也能寻找到工作的快乐。

俗话说，好的开始等于成功的一半，就是这个意思。但在实际工作中，很多销售人员不善于找话题，很困惑于与对方闲谈时该如何开口，尤其是在开拓市场，初次与人洽谈合作事宜的时候更是如此。如果准客户属于沉默寡言的人，更是雪上加霜，谈话经常陷入冷场的尴尬气氛中。

所以，沟通就要找准切入点。

做商业销售需要口才，口才向来是做单的首要武器。口才很重要，但是很多人对口才并不是特别了解，有口才并不是指说话口若悬河，滔滔不绝。其实话太多了，别人会嫌烦。真正的好口才是循循善诱，善于



问问题，让客户自己打开话匣子。

好口才不是说话多，而是能够说话说到位，几句话就能说到点子上，让客户感兴趣，并且能够和销售人员沟通下去。其实，好口才是一种人生的修为，有人语言表达得逻辑性强，观点独特，那是一个人学养的外在表现。有人语无伦次，前言不搭后语，那是知识体系混乱、思维模糊不清的表现。

我们的客户很多是商业成功人士，往往阅人无数，销售人员在精气神和语言方面只要几句话，客户就会对你作出一个最初的判断，这就叫第一印象。良好的第一印象，就是与客户沟通的切入点。

与客户初次见面，除了有些业务性质的谈话，往往要开门见山；一般沟通性质的谈话，多半是从闲谈开始的。与人闲谈，说些看来好像没有什么意义的话，其实就是先使大家开心一点，熟络一点，造成一种利于交谈的气氛。

然而就在这种闲谈之中，销售高手从客户的语言中就能判断出客户的价值观，价值观是一个人核心的东西，找到了它，你就能跟客户产生共鸣。所谓一见如故，相见恨晚就是这个意思。这就是销售沟通的道，这在于销售人员平时的点滴积累。否则，学到的可能只是沟通的皮毛而不是沟通之道。

好的销售人员不打无把握之仗，最好的打开话题的方法就是了解对方，了解对方的职业、地位、人品，并在某种程度上作事前的调查，如此即使是初次见面，也能够就对方感兴趣的话题进行自然交谈。

销售人员与客户的高效沟通基于对本行业的现状及未来的理解，专业很重要，专家级的销售人员明白顾客的需求，也知道自己能为顾客贡献什么。所以会给客户提供最能适应当下市场的解决方案。一问三不知的销售人员很难与顾客进行高质量的沟通。

高质量的沟通要求销售人员表现得很专业，在一次沟通之中就能了解顾客的价值观，弄清什么才是客户想要的东西，让顾客产生信赖感，并在信任的基础上做成订单，其实，搞定客户做成单，就是这么简单。

2. 合理解释，消除对方疑虑

做单本质上就是做人，任何生意背后都是活生生的人，所以做单就要围绕着人展开的。

销售的根本就是在销售你自己，所谓“销售你自己”，其实就是让客户信任你，接受你，对你有好感。事实上，销售的过程，从某种角度讲就是不断获得客户信任的过程，一旦客户对你产生了信任，他就乐于接受你的产品。

商场上充满了欺诈，这一点也是现实。三分之一的小企业倒闭往往跟商业欺诈有关，在商场上混迹多年的老手基本都受过商业欺骗，只不过人家不说出来罢了，所以客户的戒备之心肯定是有的。

所以对销售人员来说，销售是一种双向的人品判断过程，面对客户的不信任，销售人员要以诚恳的姿态，对客户的疑虑进行分析，并作出合理的解释，这一点还是要靠沟通，还是要靠销售人员的口才才能解决问题。

王永庆曾经说过，要深入了解一个人，最好的方法就是与他共事。在销售过程中，关键问题是我们跟客户还没有共事，所以只能通过语言来判断客户的心理和需求；同样，客户也只能通过语言来判断销售人员的人品，通过人品确定对产品的信任度。

在客户尚存在疑虑的情况下，销售人员就必须了解客户的疑虑点在哪里：是产品质量的原因，还是产品售后服务方面的疑虑，或者是客户有自己的私人利益？销售人员需要让有决策权的客户知道，自己是懂规则和潜规则的人。这个只要在聊天的过程中略举小例，客户就会心领神会了。

成熟的销售人员在拜访重要客户之前，总要找人推荐一下，所以销售人员的每一次交谈，都是人脉的积累过程。得到一个人的信任，他圈子内的人脉就可以为自己所用，这就是老销售人员都乐于帮人牵线搭桥



的原因。有推荐人的生意，明话可以自己说，暗话可以托人说。

最好的建立信任的方式，是说服客户接受一个小单，这个小单一开始可以是为客户拾遗补缺的，没有关系，只要产品进去了，就有共事机会了，也就容易建立信任感了。这比口头建立的信任感就又进了一步。

沟通必须专业，这是我们解释产品和服务的根本，骗子骗的是钱，它们对冷僻的专业技能不了解，也不感兴趣。所以销售人员最好的武器就是专业，客户的问题恰恰是自己的长处。建立在专业之上的信任会将所有的疑虑一扫而光。

在没有消除疑虑之前，销售人员忌讳过于热情，在信任没有建立的情况下就称兄道弟，那会显得轻浮，销售人员的形象，是能够帮助客户解决专业问题的形象。在足够专业的情况下，只要跟客户说，我有共赢的思维，就是你赢我赢大家赢的思维，这就足够了。

站在销售人员的角度上，说一句君子不立于危墙之下的话很重要，销售人员的起点决定了销售人员的成就，所以选择销售什么永远比怎么销售重要。德鲁克说，做100万美元的生意和做5万美元的生意，销售成本相差很小。因为建立信任的成本是一样的，开拓客户，大单小单建立信任度的成本是一样的。

需要强调的是，在消除客户疑虑的时候也能消除销售人员自己的疑虑。我们要考查客户的现金流情况是否优良，否则生意即使做了，也往往会出现接单容易回款难的“老赖”，那样的结果也是我们不愿意看到的。

3. 做一个善于制造幽默的推销高手

人们都喜欢有点幽默感的人，幽默的话语总会让人会心一笑。在生活中，风趣和幽默可以给自己带来好人缘；在销售人员的工作中，幽默是一支催化剂，可以博得客户的好感，让客户觉得站在自己对面的是一个有血有肉的人。