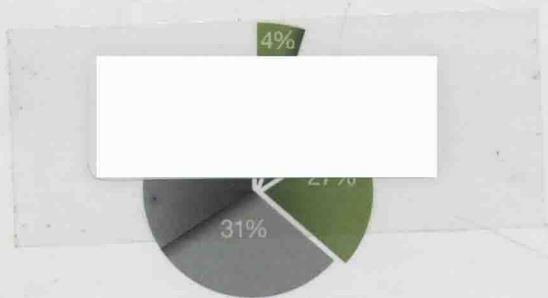




每天读点

宿文渊◎编著

销售学



每天读点销售学，汲取世界销售大师和销售精英的经验和智慧，让你在销售工作中少走弯路，少遭挫折；全面掌握销售各个环节的方法和技巧，让你抓住每一次机会，迅速提升业绩。

中国华侨出版社

每天读点 销售学

宿文渊 编著

中国华侨出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

每天读点销售学 / 宿文渊编著. -- 北京 : 中国华侨出版社, 2014.11

ISBN 978-7-5113-5004-6

I. ①每… II. ①宿… III. ①销售学—基本知识 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 266219 号

每天读点销售学

编 著: 宿文渊

出版人: 方 鸣

责任编辑: 云 涛

封面设计: 王明贵

文字编辑: 彭泽心

美术编辑: 潘 松

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1020mm 1/16 印张: 35 字数: 663千字

印 刷: 北京中创彩色印刷有限公司

版 次: 2015年3月第1版 2015年3月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5113-5004-6

定 价: 29.80元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成达大厦三层 邮编: 100028

法律顾问: 陈鹰律师事务所

发行部: (010) 58815874 传 真: (010) 58815857

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com

如果发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。



前言

销售是一个充满挑战、充满艰辛更蕴含着极大成功的职业，这是一个不靠任何背景、完全依靠个人智慧与才能公平竞争的职业；这是一个不需要金钱，只需要激情和毅力作资本的行业。正如美国亿万富翁鲍纳所说：“只要你拥有成功推销的能力，那你就有白手起家成为亿万富翁的可能。”有资料显示，世界上80%的富豪都曾是销售业务员，而由销售员做起逐渐被擢升为企业领导的人物更是不可胜数。由此可见，在创造财富的道路上，销售员也许是最有实力的领跑者。其实每个销售人员都是怀着梦想加入销售大军的行列，希望能创造卓越的销售业绩，来展示自己的才能、体现自己的人生价值，从而获得巨大的财富回报。但现实的情况是，并非每个销售人员都能如愿以偿。同样是销售员，顶尖销售精英与普通销售员之间的收入可以用天壤之别来形容。在同样的市场领域从事同样产品的销售，有的销售员年收入可高达百万甚至千万，而有的销售员却仅能糊口，在濒临失业的危险中苦苦挣扎。究竟是什么原因造成了如此大的差别？难道销售只是少数具有天赋的人才能从事的工作？

调查表明，大部分的销售员并非缺乏天赋，相反，他们具备良好的形象和口才，他们也有着从事销售需要的坚强毅力和精神，但致命的一点是，他们中很少有人深入学习过有关销售的理论，没有掌握一套系统、全面的销售知识与技能，他们仅仅是凭借一己的狭隘经验在市场上摸爬滚打，他们缺少的是强有力的专业指导。其实销售并不是单纯的买与卖的关系，而是一门很深的学问，需要我们慢慢地去学习和体会。可以这样说，现在的销售已经成了高难度、高技巧、高专业化的职业。作为销售高手，既要让不同层次的客户满意，又要为公司和个人赢得利润，需要有心理学家见微知著的智慧、谈判高手的机智与敏感、经济学家的眼光和见识……因此，销售是一门学问，也是一门艺术。对于大多数销售人员而言，首要任务就是学习成功的销售方法和借鉴国内外成功的销售经验和技巧。只有认真总结、自我修炼、不断实践，迅速提高自身的专业素养，不断适应新形势的需求，才能成为卓越的销售之王。

为了帮助广大销售人员在短时间内快速、系统、全面地掌握最实用的销售知识和技巧，成为销售精英，同时为了给企业销售管理者和培训人员提供一套系统、完整的销售管理和培训手册，我们精心编写了这本《每天读点销售学》。本书详细阐述了销



售人员应具备的基本素质，并根据销售的完整流程，对销售准备、开发客户、拜访客户、有效沟通、优势谈判、促成成交、留住客户、处理投诉等销售环节的关键点做了极为细致的指导，让销售员在掌握基本销售技巧的同时，也能在潜移默化中提升能力。同时本书还介绍了销售精英需要懂得的经济学和心理学知识，为销售人员全面提升和丰富自我提供了宝贵的知识库。

本书是成功销售经验的集大成者。书中既有乔·吉拉德、原一平、乔·坎多尔弗、博恩·崔西等世界一流销售大师成功销售的精彩案例，更有一大批国内外销售精英在处理销售过程中遇到的各种问题的经验教训。在销售中，一个细节处理稍有疏失，就可能让一笔生意功败垂成。要想取得好成绩，销售员必须把工作做到最精、最细、最实、最密！这就要求销售员要广泛地吸收前人的经验教训，为己所用。阅读本书，让你站在巨人的肩膀上，少走弯路，少犯不必要的错误，迅速提升销售业绩！

本书是各种销售技巧的百宝箱。书中根据销售员在销售过程中的各种情境，有针对性地介绍了各种方法和技巧，内容全面而实用，包括塑造自身形象的技巧、与客户沟通的技巧、展示与介绍产品的技巧、回答客户提出异议的技巧、用产品说服客户的技巧、建议客户购买与促成交易的技巧和售后跟踪服务的技巧等，涵盖销售业务的方方面面，实为最全面的销售实战宝典。成为一名优秀的销售员需要勤奋，更需要科学的方法。对于刚刚踏入销售行业的新销售员来说，最重要的是找对合适的方法来训练自己。本书正是打开销售之门的钥匙，读者可以在本书中找到许多销售问题的解决方法，从而顺利地走上销售之路。

本书是先进销售理论的智慧库。书中总结了当今世界各国最新、最经典的销售理论和案例，介绍了销售精英必须懂得的经济学和心理学知识。学习经济学的知识，会让销售人员从更高的高度看待市场供求关系、深刻了解客户需求、敏锐地洞察市场动态，从而合理制定策略，实现成交。懂得心理学的知识，会让你轻松应对并掌握客户的心理变化，见招拆招，让你进入一个“知己知彼、百战百胜”的销售境界，并改善你的人际关系、提升你的销售业绩，让你快速跻身销售精英阶层。

书中行之有效的方法和技巧能够提高销售业绩，赢得顾客的忠诚，书中包含的丰富实用的内容为销售人员提供了他们所需了解的知识。它不仅适用于初涉销售行业的新手，也适用于长期奋战于销售行业的行家里手。同时，对那些想让自己和团队的业绩再上一个新台阶的销售导师和销售经理而言，本书更是他们最佳的指导手册。每天读点销售学，你会迅速提升销售力、战斗力，在激烈的竞争中所向无敌，达成并超过预定目标；每天读点销售学，你会打造出卓越的销售团队，大幅提升企业利润，确保业绩长红、基业长青。



目 录

· 第一章 ·

你是最好的销售员

第一节 从内而外勇敢认同自己的职业	1
销售让你的人生更加辉煌	1
成功销售始于积极心态	3
自信开启成功推销之门	5
感恩的心伴随你一路高歌	6
热爱你的产品	8
第二节 绽放最美的自己	10
不仅要推销产品，更要推销你自己	10
微笑是最美的名片	12
真诚是最好的武器	15
优雅谈吐让你第一时间赢得认同	17
衣饰得体是敲开客户心门的通行证	18
礼节是润滑剂	23
销售工具箱，道具不可少	24
推销你的服务意识	26
第三节 销售员要明确的真相	28
不是你去说服客户，而是让客户自己说服自己	28



客户的购买标准并非雷打不动 30

切莫轻贱这一行，世界上没人离得开销售 32

对手不是对头，“师夷长技以制夷” 33

成功是一个从量变到质变的漫长过程 35

知识有“保鲜期”，学习没有终点 37

· 第二章 ·

销售准备

第一节 常见的销售误区.....40

 在客户面前低三下四，赔了面子又丢单子 40

 懂得换位思考，死缠烂打令人厌烦 41

 走不出失败阴影，妄自菲薄难有作为 43

 不给客户说话机会，喋喋不休招人反感 45

 不善于自我反省，屡错屡犯原地踏步 47

第二节 良好的职业习惯.....49

 建立属于自己的客户档案 49

 制订每天的工作计划 51

 从专业报纸杂志上获取客户名录 54

 把要拨打的 50 个电话号码贴在前面 55

 为成功行销定计划 56

 掌握客户公司资料 58

第三节 销售沟通的准备.....60

 明确电话沟通的目标 60

 对方能“听”出你的姿态 61

 想到意外情况的处理方案 63

 用备忘录牵引客户的思路 64

 以积极、自信的心态对待每一个电话 66

· 第三章 ·

开发客户

第一节 捕捉可能的销售机会	69
把打错的电话变成销售机会	69
抓住隐藏在失败背后的机会	71
用宽广的知识面抓住销售机会	72
树立客户的危机意识，促成顾客购买	73
第二节 巧妙通关做高手	74
姿态放高，自上而下	74
以沉默气势让人不容置疑	76
给对方一个“错误的前提暗示”	77
利用暧昧资讯摆脱纠缠	78
自信让你的电话听起来是一个值得接听电话	79
第三节 不“打”不相识：电话开发新客户	81
电话那端能感觉到你的微笑	81
先让对方接纳你的人，然后再接纳业务	83
在适当的时候说恰当的话	84
从客户感兴趣的话题入手建立关联度	85
肯定竞争对手的优点	87
专心听别人讲话的态度，是我们所能给予别人的最大赞美	89
通过问题设计把握谈话节奏	90
一定要做随访的要求	92
在客户挂机后再收起你的笑容	93
第四节 挖掘潜在客户	94
细分目标市场	94
和陌生人做朋友	95
不放弃未成交的客户	97



把潜在客户变为真正客户	98
善于巩固老客户，勇于拓展新客户	99
连锁介绍法	100
搜集和筛选目标客户资料	101
利用互联网开发客户	104
寻找电话那一端的客户	106
第五节 业务在客户之外	107
寻找商机	107
如何引导你的潜在客户	110
有益于客户的构想	112
激发客户的自主意识	113
从满意的客户处获得更多的业务	114
如何建立人际关系	117
不要轻易放弃	120
第六节 处处留心，客户无处不在	124
处处留心，3步之内必有客户	124
从日常细节发现潜在客户	125
切莫以貌取人，任何人都可能成为你的客户	127
从对手那里找客户	128
每个客户都是客户源	130
随时搭建你的销售网	131
第七节 找到给你高回报的人	132
“二八原则”教你收获成功	132
锁定你的目标客户群	134
客户如花次第开	137
找到你的关键客户	139
高回报需要深挖掘	142

第八节 客户的每一个细节都是成交的机会	145
准确记住客户的名字	145
了解并善用客户的喜好	148
重视客户身边的每一个人	149
从小事上关心你的客户	151
深入了解客户的消费需求	152
记录与客户的交流信息	153
建立并管理客户档案	154

· 第四章 ·

首次拜访

第一节 加强对你的认知，赢得信任	157
投石问路，先给客户寄一份资料	157
一个成功的自我介绍	158
精彩的开场白可以抓住顾客的心	159
让客户知道你是谁	161
借用其他企业的名气赢得信任	162
对你的客户直接说出你的名字	163
第二节 电话约访	164
谨慎选择推销时间和地点	164
不能省略的预约	165
找到决策人	167
向客户展示你的产品	168
倾听客户说话	169
学会和客户拉家常	172
尊重客户意见	173



第三节 首次电话拜访..... 175

第一次通话，时间不要超过 5 分钟 175

恰当重复客户语言，把话说到对方心坎上 176

多提问引出客户需求 177

用共同话题摆出谈话的“引子” 180

恰当利用“台阶” 181

掌握以第三方为例的电话和连环电话 183

· 第五章 ·
有效沟通

第一节 说好 4 种话：赞扬话、客套话、专业话、巧妙话..... 186

赞扬话——进入客户内心的“通行证” 186

客套话——陌生人之间的“润滑剂” 189

专业话——要专业不要代码 190

巧妙话——把话说到点子上 193

第二节 因人施“售”，9 型人格销售经..... 195

完美主义者：他的指责都是对的 195

给予者：把发言权交给他 196

实干者：循循善诱，请君埋单 198

悲情浪漫者：送出独一无二的感觉 199

观察者：赞赏对方的判断 200

怀疑论者：不提供拖延的机会 202

享乐主义者：同道中人易成交 203

保护者：不妨让他帮个忙 204

和平主义者：帮他做决定 206

第三节 赢在沟通前 5 秒..... 207

强化声音的感染力 207

把握接电话的时机	212
正确应答电话	213
给客户留下深刻印象的开场白	215
礼貌而有吸引力的问候语	216
第四节 准确解码客户	217
听出话外之意	217
技巧提问胜于一味讲述	219
找客户感兴趣的话题	221
准确解读无声语言	223
认真倾听客户的心声	225
第五节 以大智慧解决小问题	228
回绝电话的技巧——以吾之“盾”挡尔之“矛”	228
别急，先来个深呼吸	230
接电话前调整好状态	231
切勿含糊乱语用错小聪明	232
对经常打电话的客户，回答要力求统一	234
第六节 巧妙处理沟通中的棘手问题	235
都有打错电话的时候	235
巧妙应对喋喋不休的客户	236
转接电话也要问清对方的联系方式	237
将每一个电话视为潜在客户	238
设法了解来电客户的相关信息	239

· 第六章 ·

优势谈判

第一节 报价——谈判成败的焦点	241
在行家面前报价不可太高	241



在价格谈判上争取达到双赢 242

爱上客户的讨价还价 244

先大后小刺激购买欲望 245

一分价钱一分货 247

第二节 谈判桌上的博弈术..... 249

利用“反馈意见” 249

谈判桌上只能有一个笨蛋，那就是自己 250

把让步转化为进攻手段 251

充分挖掘客户的购买潜力 252

请对方先亮出底牌 254

让鱼儿随钩先逃一下 255

给成交保留一定余地 256

· 第七章 ·

一切为了成交

第一节 借助人脉加速成交..... 258

以朋友介绍的名义开场，消除客户右脑的警惕性 258

利用潜在客户周围的人际关系拿订单 260

感动接待人员，变销售障碍为签单的桥梁 261

左右脑互动，维护老客户 262

先做朋友，后做生意 264

长期接触，取得潜在客户 266

第二节 产品介绍中的学问 268

客户只关注能给自己带来好处的产品 268

把客户放在你做一切努力的核心位置上 272

你的产品是独一无二的 273

虚拟未来事件，向客户卖“构想”	276
使用形象化语言破解销售难题	277
利用环境的特点成功签单	278
第三节 电话销售成交智慧	280
用小的认同促成交易	280
最后期限成交法	281
利用误听试探法成交	283
以退为进成交法	284
妙用激将成交法	285
让“反对问题”成为卖点	286
强调“现在买的好处”，促进成交	288
第四节 想客户所想	289
拒绝的托词和应对	289
照顾客户的面子	293
要满足客户的优越感	294
一次示范胜过一千句话	295
巧用“添物减价”四字诀，不让客户吃亏	297
3个步骤转移客户的反对意见	298
吊足客户的胃口	302

· 第八章 ·

收尾

第一节 捕捉“收网”信号	304
主动出击，提出成交请求	304
领会客户每一句话的弦外之音	306
善于运用暗示成交	308
敏锐地发现成交信号	309

欲擒故纵，锁定成交	312
给成交保留一定余地	313
推销员快速成交的 8 种技巧	314
第二节 漂亮收尾意味着下次成交	316
暴单后要有平常心	316
保持经常性电话联系	318
不因未成交而放弃赠送小礼品	320
及时追踪产品售后问题	321
明确规定账款回收办法	323
用 E-mail 经常与客户保持联系	325

· 第九章 ·

留住客户

第一节 好服务赢得下一次成交	327
客服人员必知的说话术	327
服务差不多，结果差很多	328
优质的服务最关键	329
缩短客户等待的时间	331
用过硬的专业知识解答客户难题	332
上门服务注意事项	334
允许客户的愤怒爆发	335
第二节 客户的忠诚度需要呵护	337
总结客户流失的原因	337
认识忠诚客户的类型	338
了解客户忠诚度提升环节	340
不同类型的客户，采取不同的跟进策略	341
成交之后需跟踪联系、回访	344

与客户保持持久的联系	346
小恩小惠留客户	347

· 第十章 ·

巧妙处理投诉

第一节 客户投诉处理细节	349
分析客户抱怨的原因	349
客户抱怨针对性处理诀窍	350
客户抱怨的应对技巧	352
处理电话抱怨时要掌握好措辞和语调	353
智慧地应对抱怨	354
从客户抱怨中发掘商机	355
第二节 处理投诉态度要积极	357
耐心应对暴跳如雷的投诉者	357
控制情绪不是强忍不发作，而是从内心觉得没必要	359
24 小时内给出补救措施	360
勇敢承认你的错误	362
表示歉意后再解释	363
不要踢皮球	365
用合作的态度避免争执	366
引导客户征求解决的办法	368
第三节 处理投诉行动要迅速	369
不要跟新闻媒体较劲	369
选择时机公布真相	371
处理信函投诉技巧	372
处理电话投诉技巧	374
立即回复 50% 的顾客投诉	375



处理问题迅速及时 376

· 第十一章 ·

销售精英要懂经济学

第一节 5大关键词，奠定销售员经济学销售基础 378

抓住理性消费者的感性软肋 378

捕捉市场信号释放出的产品供求机会 380

一个真理：人人有需求，人人是顾客 381

了解顾客偏好，才能投其所好 384

第二节 顾客来了，占先机、抢优势只有4分钟 386

把握消费者效用，精准推荐合适的产品 386

分析顾客个性，迅速出击 387

张三、李四、王五、赵六，哪个才是我的最优顾客 389

打赢营销博弈战，夺取客户心智资源 390

业绩好，比较优势是决胜法宝 392

第三节 摸清“上帝”的需求小心思 394

猜准顾客的10大心思 394

将你手里的石头变成她眼里的钻石 396

抓住非理性消费行为的契机 397

琳琅满目能吸引顾客眼球吗 399

跟消费者捉迷藏，买的精还是卖的精 401

诚信是最有效的笼络手段 402

第四节 定攻略，寻找隐藏的利润区 404

完美的定价系统，利润藏在缝隙里 404

炫耀性消费就是你的天然好机会 406

给部分人优待：享受8分钱的机票 408