

中美合金

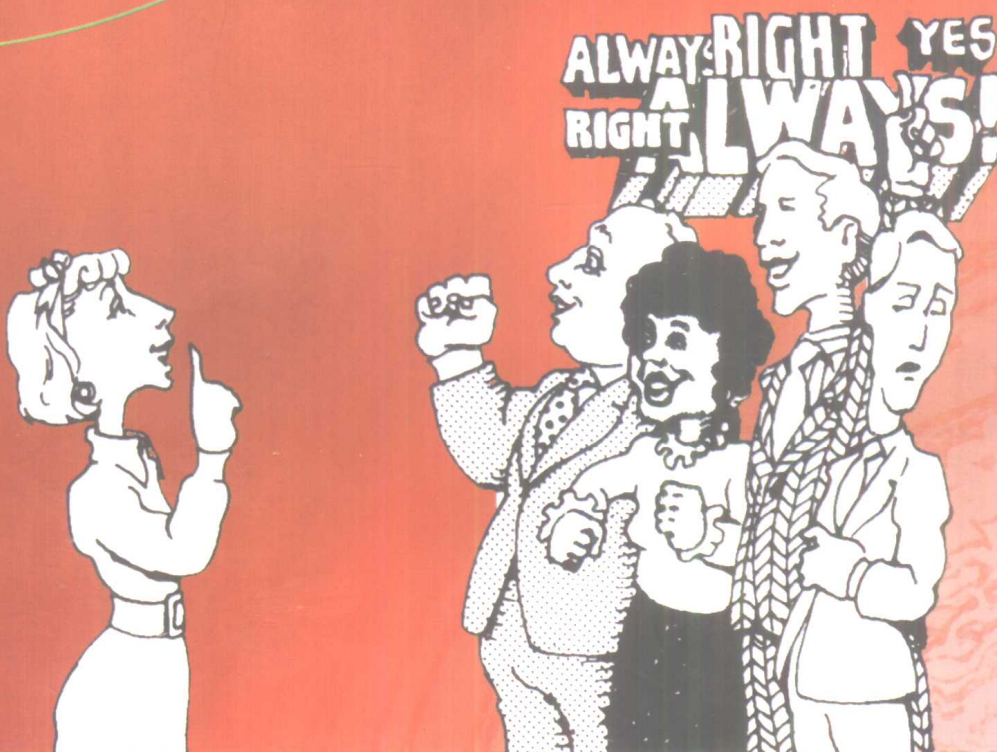
课里播 企业培训课程
营销实务学习方案

课里播
(CRISP) www.crispchina.com
Learning Solutions China

客户导向型销售的魅力

——助你取得持续的成功

[美] Karen Mantyla 著 汪立译



上海财经大学出版社

企业培训课程
营销实务学习方案
中美合金

课里播
(RISP) www.crispchina.com
Learning Solutions China

客户导向型销售的魅力

——助你取得持续的成功

[美] Karen Mantyla 著

汪立译



 上海财经大学出版社

H360/66

图书在版编目(CIP)数据

客户导向型销售的魅力/[美]曼堤拉(Mantyla, K.) 著;汪立译.
—上海:上海财经大学出版社, 2001. 3
(课里播企业培训课程, 营销实务学习方案)
书名原文: Consultative Sales Power
ISBN 7-81049-570-4/F·483

I. 客… II. ①曼… ②汪… III. 推销-方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 18611 号

☐ 责任编辑 谷 雨

☐ 封面设计 周卫民

KEHUDAOXIANGXING XIAOSHOU DE MEILI

客户导向型销售的魅力

——助你取得持续的成功

Karen Mantyla 著

汪 立 译

上海财经大学出版社出版发行

(上海市中山北一路 369 号 邮编 200083)

网 址 [http //www sufep com](http://www.sufep.com)

电子邮件 [webmaster @ sufep com](mailto:webmaster@sufep.com)

全国新华书店经销

上海市第二教育学院印刷厂印刷

上海市印刷七厂一分厂装订

2001 年 4 月第 1 版 2001 年 4 月第 1 次印刷

787mm×960mm 1/16 8 印张 115 千字

印数 0 001—4 000 定价.20.00 元

图字 09—2001—085 号

CONSULTATIVE SALES POWER

Achieving Continuous Success

Karen Mantyla

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means now known or to be invented, electronic or mechanical, including photocopying, recording, or by any information storage or retrieval system without written permission from the author or publisher, except for the brief inclusion of quotations in a review.

© 1995 by Crisp Publications, Inc.

Printed in the United States of America by Bawden Printing Company.

© 2001 中文版专有出版权属上海财经大学出版社
版权所有 翻版必究

出版前言

致读者

21 世纪是科技高速发展与普及的年代，是资讯革命的年代。

在部分欧美国家，资讯公路已经伸展至所有企业及大部分家庭。它正在改变人类的生活、工作、学习及休闲的方式。

我国政府也正在努力架设资讯公路。在不久的将来，随着电视机顶盒的普及，互联网将走进每一个有电视机的家庭。

要成为新资讯年代的成功者，我们需要学习新的知识、技能与态度。最重要的是结合新科技的优势，重新建立新的思维方式及工作方法。

课里播企业培训课程是全世界领先企业采用的课程，我们希望这些课程能够帮助每一位读者战略性地开拓各自成功的职业生涯，建立无可比拟的个人竞争优势——成为终身的学习者，不断学习、不断改进，与科技及资讯发展同步。

致企业的领导者

在竞争激烈、供过于求的年代，利用价格去竞争，已经令所有参与竞争的企业尝透了恶性循环的苦果。

如何在价格以外，建立企业的竞争优势，是每一个企业面临的共同课题。

课里播企业培训课程，以自主互动的学习方式，帮助企业以低成本、高效益的方式，将学习与工作结合起来，使员工寓工作于学习之中、寓学习于工作之中，成为学习型的企业，在产品、营销、服务、企业文化、绩效等各方面产生由员工自发的动力，为企业建立无可比拟的竞争优势。

欢迎探访我们的网站：www.crispchina.com，与我们的学习方案顾问联系。

李秀英

“课里播企业培训课程”学习方案顾问、业务拓展总监

Crisp Learning Solutions China

企业用户

对课里播(Crisp)课程的评价

惠普公司的 Wendy Flint 认为：

“在我们的自主学习图书馆借出的书籍中，课里播课程是最受欢迎的项目，我们的经理和管理者尤其欣赏它在培训员工时所体现的易用性。”

在波音公司领袖及学习中心工作的 Charles Ruthford 认为：

“成为课里播的合作伙伴使我们能够为广大的波音员工提供易学、易懂的商业技能培训课程。”

康柏计算机公司的 Duane Waterman 鼓励道：

“把这项优质工作干下去！课里播产品所展示的专业性及高度的成本效益极大地支持了我们事业的发展。”

西门子公司的销售培训经理 Mike Petefish 说：

“课里播的产品非常简练。它提供了一种质优价廉的学习途径。”

麦当劳的副总裁助理 Terri K. Capatoso 是这样评价的：

“我们认为课里播产品对我们开发的‘顾客满意代表培训证书班’，是一个无价之宝。”他不无自豪地说：“我们的培训班赢得了‘1998 年麦当劳团队奖’。我们愿意就课里播产品提供给我们的世界级的宝贵经验，而共同分享这个殊荣。我们非常庆幸选择了课里播作为我们的合作伙伴，而且我们期待未来继续合作。”

课里播企业培训课程简介

课里播(Crisp)企业培训课程由美国专业培训顾问师结合企业辅导工作开发,具有极高的操作性。在全球 20 多个国家,共有 20 000 000 个课程正在各大、中、小企业使用,其中包括 75% 以上的美国 500 强企业(例如麦当劳、惠普、摩托罗拉、波音公司等)以及美国总统的办公室。中国几家优秀的出版社(上海财经大学出版社、清华大学出版社、中山大学出版社),与美国 Crisp 公司在中国的代表 Crisp Learning Solutions China 进行合作,将这些课程翻译到中国。事实证明,这些课程可以明显改进企业的管理,有效提高生产力、销售业绩、员工绩效及顾客的满意度。我们期盼这些中美企业文化合金课程的引进亦能为迅速崛起的中国企业助一臂之力,加速其国际化进程。

课里播企业培训课程将当今全球验证成功的企业管理方法整理成简便易行、文字浅显,以成功基因为本(competence based)的互动课程。每个课程只需 1 个小时就可以学完,并掌握基本重要的理念。这些课程,既可以自主学习,也可以作为培训师或经理培育员工的教材,或者作为顾问师辅导企业的辅助工具。课程将覆盖企业管理实用范畴,包括管理者及被管理者的知识技能、态度、顾客服务、营销、人力资源开发、企业发展等方面。

这些课程具有高度成本效益,可以改进企业的素质,提高生产率、销售成绩、员工绩效、工作质量及顾客的满足程度。

建议学员拿着铅笔,边看边做练习,效果更佳

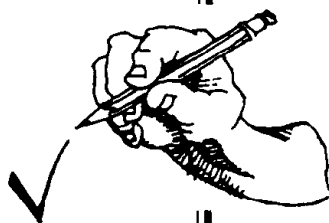
学习目标

客户导向型销售的魅力

以下列出了本书的学习目标，它将引导您了解本书所讨论的主要问题。

目 标

- ☐ 1) 阐述为实现成功销售的整体战略
- ☐ 2) 讨论怎样为与客户会面作准备
- ☐ 3) 阐述如何进行一次销售会面



学习进展评价

除了学习目标以外，课里播公司还设计了一套评估体系，该体系覆盖了本书的所有基本知识。通过多项选择/是非判断题，您可以测试自己对本书讨论主题的理解程度，并作出评价。同时，您还可以得到与上面所列目标及问题配套的答卷与答案。想得到这一套评估资料，请登录www.crispchina.com查询。

本评价体系不可用于任何人员的挑选过程。

作者简介

Karen Mantyla 系地处华盛顿特区 Quiet Power 公司的总裁,这是一家专门从事销售、营销和职业培训的咨询公司。作为一名资深的营销专家,Mantyla 女士从一名兼职销售代表逐步做到销售管理的最高层。她获得过多个管理职位,包括地区经理、地区主管、驻外销售经理、国民账户(National Accounts)经理、全国销售经理和一家入选《财富》500 强企业的销售副总裁。

Mantyla 女士的名字被收录在 1995~1996 年版的《世界名人录》、《美洲名人录》、《美国妇女和财经、产业名人录》中。

致读者

本书为你超越既定销售目标提供一个循序渐进的指南。对于整个销售过程中最重要的两方——客户和销售人员来说,客户导向型销售是通向成功的必由之路。

销售人员要在一个充满着竞争和不断变化的环境中实现销售及其增长。获取和留住客户变得愈加困难,因为在客户的眼中,大量的产品和服务是如此的相似。你的现实客户及潜在客户会收到各种各样的销售要约。他们怎样决定购买什么?以及向谁购买?你怎样才能把潜在客户转化为你的现实客户并留住他们呢?

客户导向型销售就是答案。本书将向你解释客户导向型销售的含义、它对于成功实现持续销售的重要作用以及它在不同情况下的应用。客户导向型销售是一种思维方式。它始于在售前、售中和售后从客户的立场思考问题。这是本书的根本出发点,它也是指导你思考销售问题的指南。

类似“他是一个天生的推销员”的陈词滥调在这里并不适用。没有人一生下来身上就带有一个标签,上写“看,我是一个客户导向型的销售人员!”但你可以学会怎样形成这种思维方式。当你处于整个销售过程的不同阶段时,你会知道如何行事并要考虑哪些问题,你要知道,客户是没有地理或产品(服务)界限的。无论你是在底特律销售一辆汽车,还是在东京卖保险,你都是在同人打交道,你如何对待以及是否重视你的客户将决定你的销售业绩是平庸还是卓越。关心你的客户,关注你的产品或服务是怎样给客户带来事业上的成功,是

致 谢

本书介绍了迈向成功之路的宝贵经验。在这里,我要特别感谢:

我的父亲,米尔顿·费希尔,他是我的终身老师和世界上最好的推销员。在我 14 岁时,他教导我说,“亲爱的,在销售中,最不愿发生的事莫过于有人对你说不。”

我的母亲,赛尔韦亚·费希尔。每当有人对我说“不”,当我需要鼓励的时候,她总是在我身旁。她是我的啦啦队队长,教会我珍惜每一天,而且总是尽力帮助我实现我的理想。

我的儿子,麦克。他与我风雨同舟,他给予我精神上的支持,助我渡过每一关。

我在 RIA 会员部工作时的两位老师,比尔·拜恩斯和约瑟夫·阿德勒。

我的一位特殊朋友,也是一名销售培训员,她就是马蒂·森尼齐。她审阅了本书的初稿。她的评论和建议对于最后的成书极具价值。

我的朋友和同事,苏珊·芬纳博士。她把我介绍给课里播先生以及课里播(Crisp)公司的所有能人志士。

我有幸培训过的优秀的销售人员。特别是黛比·斯特尔马奇,她几乎以一种“盲从”的方式实践了书中的每一步。故而近 10 多年来,她每年都创出了优秀的销售业绩。在她身上,客户导向型销售策略的长处得到了最好的体现。

每一个客户导向型销售人的使命。这虽然是一个很高的目标,但它会告诉你该做些什么以及怎样去做。

凯伦·曼堤拉

A handwritten signature in cursive script, reading "Karen Mantzla". The signature is fluid and elegant, with a large initial 'K'.

又及,切记三思而后行。在你开始新的工作之前,人们通常会祝你好运。要成为一名客户导向型销售人员,你并不需要什么运气。实践每一步,你会给自己带来好运。

导 言

每个人都在推销。

无论是你的上司、你身处的企业组织、同事、朋友、配偶还是你的孩子——你都在试图向他们“推销”某些东西。提出一个好主意、向你的上司陈述提升你的理由、向雇主说明雇你的理由、对别人表达你的看法、或者指出别人的错误。

你可能不会认为这就是“推销”；你也许仅仅把这看成是劝告他人做其应做之事的一种方法。当你力图使他人信服，而他们却不以为然，或者当事情并没有产生你所期望的结果时，你不免会非常沮丧。

本书所要阐述的基本理念和内容适用于每一个读者，尤其对那些以销售为生的读者更为适合。“客户导向型销售”力图打碎大多数人心目中“狡猾的”推销员的形象。你也许从中看到了自己的影子。

狡猾的推销员已过时了——谁愿意和他们做生意呢？20 世纪 90 年代的客户更是如此。他们想要最好的，他们能从一大堆相互竞争的供应商中挑挑拣拣，他们期待优质的服务。了解这些情况，就是找到了工作的起点。

对于今天的专业推销员来说，这种状况是一种痛苦，但也意味着机会。只有那些深刻地理解客户的需要，了解客户所面对的压力、经历以及深层次变化，并有的放矢地作出反应的销售人士，才能持久地

取得成功。客户导向型销售不是什么秘方,更不是花哨的噱头,它是一种对人们购买目的的理解,发觉客户的需要并且知道如何用自己的产品或服务帮助他们取得成功。本书不是一本教你怎样推销的读物,而是一本教你在整个销售过程中理解客户的指南。

《客户导向型销售的魅力》一书的目的在于帮助读者掌握一种高于普通销售职能的技巧,并且使这种销售理念成为替客户排忧解难的良方。以下你将了解到正确的定位策略是怎样为你实现卓越的销售业绩架桥铺路的。这些策略包括:

- 在与客户接触前,先给自己一些如何取得成功的提示
- 建立自己的销售增长计划将有助于超额完成销售目标
- 与决策者预约,使他们愿意与你会面
- 推己及人,进行内省式的需要分析;让潜在客户告诉你他们需要什么,以及应该怎样向他们销售你的产品或服务
- 识别和界定每个客户的情感需求
- 直接以满足客户为目标进行相关活动
- 质疑已有的销售模式
- 终身为客户服务,使之成为终身客户

当你确实掌握了这些颇有助益的策略时,每个人包括销售人员和客户在整个销售过程中均会感到满意。

采用以客户为导向的销售理念,每个人都会成功。

目 录

写在书前/1

导言 / I

第一篇 什么是客户导向型销售/1

客户导向型销售的效力 /3

客户导向型销售的含义/5

什么是思维方式/8

客户心目中的客户导向型销售/12

怎样超越既定的销售目标/16

基本销售技巧与客户导向型销售策略的区别/21

市场竞争中的取胜之道/25

第二篇 销售行为的实现——从可能到现实/29

实现成功销售的基础/31

评估你的竞争优势/39

制定你的销售增长战略/42

确定你的销售目标/49

准备你的客户导向型销售计划/51

第三篇 准备与客户会面/55

准备工作:实现成功销售的关键/57

理解组织的需要/58

专注于购买决策者/61

与客户安排富有成效的会面/66

采用具有亲和力的销售手段/69

第四篇 引导与客户的销售会面/73

销售会面/75

客户导向型销售人士怎样开始一次销售会面/76

分析客户的需要/79

核实客户的需要/83

双赢的产品展示/86

妥善处理反对意见/91

以一种服务导向的方式实现销售/97

今天无销售业绩/99

第五篇 如何留住终身客户/101

留住客户/103

如何处理售后事宜/105

保持与客户的交流/106

制定客户服务计划/108

结 论/110

什么是客户 导向型销售

