

这才是 最牛的 销售



这才是最牛的销售

前言

随着社会的不断发展，市场竞争越发激烈，中国这片曾经是卖方天下的土地已经完全转换为买方市场，企业与企业之间的竞争越发激烈。销售工作在某种程度上决定着企业的存亡。如何在残酷的竞争中牢牢的把握住市场份额已经成为所有企业的重要课题。而销售人员的素质和水平则是企业能否拓展市场的重要依靠。因此，提升销售人员的业务素质和水平迫在眉睫。

销售是一项充满挑战的工作，需要一定的天赋和能力。即使在同样的环境下从事同样产品的销售，不同的销售人员所做出的业绩也会有天壤之别。而成为行业中的精英，拿到丰厚的奖金是每位销售人员都强烈追求的终极目标。

销售是一个充满机遇和挑战的职业，如何成功的提升自己的能力，增加自己的业绩也是销售人员最为关心的一点。因此，如何深刻了解客户的需求，全面提升自己的素质；如何敏锐的洞察市场动态，掌握销售的策略和技巧，从而使销售人员可以迅速轻松的提升销售业绩，成为了当下每位销售人员研究的重要课题。

没有人是天生的成功者，任何一位顶尖销售都是通过不断的努力和付出所换来的，他们从不害怕困难和挫折，他们能够在充满艰辛的销售之路上坚持下去。据调查，超过八成的顶尖销售把自己的成功归功于不懈的努力和对工作的执着。没错，困难永远打不到执着者，只会吓跑胆小鬼。有的销售人员总是推销失败，失败的多了，他们就开始害怕推销，最终选择退出，去做其他职业。然而无论是哪种职业，如果遇到困难就放弃，那么终归也不会有什么太大成就。

有人说：“我就是卖不出去产品，难道要我每个月在这里一次又一次被打击吗？”其实不然，没有销售不出去的产品，只有不会营销的销售人员。如何让客户接受你的推销，成为你的忠实客户，如何不断提升自己的服务质量让客户感到宾至如归，是销售人员遇到的最大的挑战。

为了帮助广大销售人员在短时间内快速、全面地掌握最适用的销售技巧和销售策略，成为一名真正的销售精英，同时为了解决销售人员在销售过程中遇到的一些具体问题。我们精心编写了这本《别笑，这才是最牛的销售》。本书将从心理、礼仪、知识等多个方面深入浅出的为销售人员讲解销售技巧，期间辅以生动有趣的案例，从日本的销售之神原一平到世界最顶尖的汽车销售大王吉拉德，你会在书中看到一位又一位前辈大师的经验。

在借鉴这些世界销售大师的经验、技巧和智慧的基础上，本书还全面的介绍了一些销售人

员的必备知识，例如，如何交换名片、如何探索客户的需求、如何给客户发送电子邮件和电话留言、如何利用客户的各种心理需求来进行销售、如何赢得客户的忠诚等等，总而言之，书中包含着大量的丰富内容为销售人员提供了销售所需要的一切知识。它不仅适用于一些初入销售的新人，对那些常年奋斗于销售第一线的行家里手也有很大的益处，这不仅是一本销售教材，更是一本销售秘诀，拥有了它，你的销售业绩一定会节节攀升，所向披靡。

目 录

第一章 销售是最迷人的职业.....	1
想法 1 认识自己,改变自己.....	1
想法 2 培养自信,绝不妄自菲薄.....	3
想法 3 像狼一样相信自己.....	5
想法 4 你需要的只是一个目标.....	7
想法 5 把目标分化成具体的步骤.....	8
想法 6 拥有灵活的应变力.....	11
想法 7 团队精神让你走得更远.....	14
想法 8 拥有才华让客户更喜欢你.....	16
想法 9 成功销售找方法,失败销售找借口.....	18
想法 10 用自己最大努力去完成销售任务.....	20
第二章 客户的真想法与假面具.....	23
特征 1 最常见的 11 种消费心理.....	23
特征 2 客户需要你的重视.....	25
特征 3 排队买到的一定是好货.....	27
特征 4 来自“贵宾”的消费.....	29
特征 5 客户都喜欢诚信待人的商家.....	30
特征 6“99 美分”的定价原理.....	33
特征 7 物美价廉是客户的永恒追求.....	34
特征 8 把客户的好处作为出发点.....	36
特征 9 客户不会买你硬塞来的商品.....	38
特征 10 让客户在购买中得到满足感.....	40
特征 11 像对待亲人一样对待客户.....	41
第三章 见云识天气,看人下菜碟儿.....	43
知识 1 客户的三个需要与不需要.....	43
知识 2 如何满足大气的客户的需要.....	46
知识 3 如何满足喜欢精挑细选的客户的需要.....	48
知识 4 如何满足过于有主见的客户的需要.....	50
知识 5 如何满足标新立异客户的需要.....	52
第四章 行销必知的心理方程式.....	55
效应 1 以记住客户姓名换得顾客心理好感.....	55
效应 2 以不贪暴利换得买卖细水长流.....	57
效应 3 以真情付出换得顾客报以真情.....	59
效应 4 以让人以利换得顾客回报以惠.....	61
效应 5 以主动让步换得顾客满意成交.....	63
效应 6 以创新求变获得不断进步的销售业绩.....	65
第五章 初次见面就能聊不停的本事.....	68
方法 1 秒钟塑造第一印象.....	68
方法 2 仪表决定第一印象.....	70
方法 3 初次见面的基本姿势和行礼方法.....	72
方法 4 首次拜访客户时的开场白.....	74

方法 5 如何与客户交换名片.....	77
方法 6 千万不要迟到.....	80
方法 7 初次见面找到话题的方法.....	82
第六章 激发幻想，让牛觉得它渴了.....	84
方法 1 信任是引发客户购买欲的基础.....	84
方法 2 学会换位介绍.....	86
方法 3 学习和客户有关的一切知识.....	88
方法 4 用专业优势帮客户做出选择.....	90
方法 5 妙趣横生的介绍产品.....	92
方法 6 销售人员切忌强行推销.....	93
方法 7 用行动证明诚意是最好的说服力.....	95
方法 8 别让客户被产品的无数优点吓跑.....	97
第七章 卖什么，先别急着卖东西.....	98
方法 1 提问是激发好奇心的最简单方法.....	98
方法 2 电话留言：朋友还是敌人.....	99
方法 3 发送引起客户兴趣的邮件.....	102
方法 4 激发潜在客户兴趣的五步战略.....	103
第八章 每一个拒绝都是成交的开始.....	107
策略 1 抱怨是拒绝的开始.....	107
策略 2 幽默是润滑剂，让销售变顺畅.....	108
策略 3 用诱导的方法来与客户交流.....	110
策略 4 在与客户交流中要站在客户的立场之上.....	111
策略 5 在挫折面前永不低头，成功需要屡败屡战的精神.....	112
策略 6 客户表示拒绝，应答方案参考.....	114
第九章 学会“得寸进尺”.....	116
方法 1 洞彻客户在价格上的心思.....	116
方法 2 根据产品质量来拟定其价格，做到高低有度.....	117
方法 3 谈价有策略，一分钱一分货的表达方式.....	119
第十章 用经济学理论指导实践.....	121
理论 1 “牧群理论”为何有效.....	121
理论 2 “牧群理论”的来龙去脉.....	121
理论 3 推销员要擅于利用各种各样的群体效应.....	123
理论 4 建立可信度的重要方法——爆米花效应.....	124
第十一章 不见面的推销术.....	126
方法 1 电话销售是一种销售方式.....	126
方法 2 “无约电话”为何不被人所喜爱.....	127
方法 3 为“无约电话”做好充足准备.....	128
方法 4 销售过程简析.....	129
方法 5 成功电话销售五步走.....	129
方法 6 电话销售的注意事项.....	132
方法 7 推销产品之前创造熟悉感.....	134
方法 8 电话销售有禁忌，推销人员须注意.....	135
第十二章 你的店面也可以日进斗金.....	138
方法 1 促销打折的重要性和具体形式.....	138
方法 2 打折促销五策略，店铺门庭若市的秘诀.....	139
方法 3 客户一旦产生“我想买”的念头，店主则须及时捕捉.....	141
方法 4 用最少的钱获得最好的促销效果.....	143

方法 5 寻找最佳的产品促销时机，探究促销策略.....	145
方法 6 如何让店面业绩倍增——选择巧妙的促销策略.....	148
方法 7 促销活动主题设计很重要，浅析设计之妙.....	150
方法 8 促销的另类方法——挑起争端，引起围观.....	151
方法 9 想要大卖一笔，抓住商品换季时机.....	152
方法 10 如何用小钱做大推广？.....	155
方法 11 新兴力量不可忽视——微博营销受关注.....	156
方法 12 让店铺名声远洋的方法.....	157
方法 13 不要租金免水电——网店营销.....	159
方法 14 数百万的点击量——搜索引擎营销.....	163

第一章 销售是最迷人的职业

想法 1 认识自己，改变自己

纵观世界上那些成功人士的经历，你将不难发现他们都有一个共同点，那就是——有充分的自知之明，也就是这些成功人士对自己都有一个充分的认识，而只有对自己有充分的认识之后才能不断改造自己，提升自己，最终走向成功之路。

美国许多大公司在招聘销售人员的时候总会问应聘者这样一个问题：“你为什么要应聘销售人员？”对于这个简单的问题，大多数应聘者都会给出这样的答案：“我喜欢这份有挑战性的工作”“为了实现我自己的梦想”“这份工作很酷啊！”等等。而做出这种回答的应聘者一般不会被录取，相反，如果应聘者直接了当地说：“为了赚钱”“为了薪水”，那么面试官反而会露出满意的笑容并祝贺他被录用。

虽然“为了赚钱”这个回答十分低俗，但是面试官却喜欢这样“低俗”的人。因为面试官从这个回答中可以看到应聘者真实的心。拿破仑曾说过“不想当将军的士兵不是好士兵。”而这句话套到销售人员身上，就可以这样说：“不想赚钱的销售不是好销售。”事实也的确如此，一个不想赚钱的销售人员一般也不能创造一个良好的业绩。因为相对于那些“实现梦想”“锻炼自己”等这些理由，赚钱无疑更可以促使销售人员的内在渴望，因为这是人最真实、最原始的欲望，只有认清自己，才能改造自己，如果被一些其他虚浮的目标蒙蔽，又谈何改造呢？

让我们来看看日本保险业销售泰斗原一平的故事吧。

原一平在 27 岁时就进入了日本明治保险公司开始了他的推销生涯，在他工作之初，他穷的连午饭都吃不起，他只能露宿街头。但是一个极为偶然的的机会，原一平遇到了一位老和尚，这位老和尚的一席话改变了他的一生。

有一天，他向一位老和尚推销自己产品，原一平经过详细的介绍后，老和尚平静的看着他：“听完你的介绍，我没有丝毫想投保的意愿。”

原一平听后颓废地低下了头，老和尚注视了他很久，接着说：“人与人之间相互交谈的时候，一定要具备一种强烈吸引他人的魅力，如果你做不到这点，那么我劝你还是不要做销售这份工作。”

原一平听后哑口无言，冷汗直流。

老和尚又说：“年轻人，先从改变你自己做起吧！”

“改变自己？”原一平疑惑地看着老和尚。

“没错，就是改变自己，不过改变自己首先要认识自己，你知不道你是一个什么样的人呢？”

原一平还没张口，老和尚又说：“你在替别人考虑保险之前，不妨先考虑一下你自己，认识你自己。”

“考虑？认识？”

“没错，赤裸裸地注视自己，毫无保留地剖析自己，彻底地反省自己，然后才能认识自己。”

老和尚的一席话如醍醐灌顶般让原一平瞬间透彻，原一平终于明白自己失败的原因所在，他从此开始努力地认识自己、锤炼自己，终于成为了一代推销大师。

认识自己，说起来简单，但是做起来却十分困难。首先必须经过深刻的自我剖析和别人的批评之后才能够逐步地认识自己。大多数人对自己都没有信心，但是经过自我剖析后会发觉自己的长处和缺点，知道自己的弱点，相信自己的能力，确定自己努力的方向，从工作中找到自己的位置，最终获得成功。那么，我们又该如何进行自我剖析呢？最简单的办法就是时刻留一只眼睛给自己，随时反省。

在古龙的笔下有一位著名剑客叫做叶孤城，在他的书中，记载着一个引人深思的故事：

叶孤城从小就立志当一名剑客，在他青年时期，他拜在一名隐士高人门下学艺，有一次，他问隐士：“师父，根据我的资质，要练多久才能成一名顶尖剑客？”

隐士回答说：“至少也要 15 年的时间。”

叶孤城说：“哇，15 年也太久了，那如果我加倍努力苦练，多久才能成为顶尖剑客呢？”

隐士回答：“那就需要 30 年的时间了？”

叶孤城一脸狐疑地说：“那如果我不眠不休，夜以继日的苦练，能否在 10 年内成为顶尖剑客？”

隐士回答：“如果你不眠不休的练剑，那么 10 年之内你必死无疑，更不要说成为一名顶尖的剑客了。”

叶孤城颇为不以为然的说：“师父，你的话太矛盾了，为什么我越努力的练剑，成为一名顶尖剑客的时间就越长呢？”

隐士回答说：“要成为一名顶尖剑客的先决条件就是必须要保留一只眼睛注视着自己，不断地反省，而现在你的两只眼睛都只看着一流剑客的招牌，哪里还有眼睛注视自己呢？”

叶孤城听完满头大汗，当场顿悟。

要想当一名一流的剑客，只会苦练剑术是远远不够的，必须要时刻留一只眼镜注视着自己，

不断的反省，不断的改变。而要当一名一流的销售人员，仅学习推销技巧也是不够，也必须永远留着一只眼睛注视着自己，不断的反省，不断的改造。

要认识自己，除了自己的注视，还要有别人的帮助。自己的注视就是我们在上面讲的自我剖析，而别人的帮助就是他人对我们的批评。仅仅自我剖析会很容易陷入当局者迷的情况，此时，我们就需要来自他人的批评来帮助我们清醒了。

对于大多数人来说，向自己坦白短处或者向别人承认过错都是十分难堪的事。因此，很多人都会纵容自己，一旦发生错误就会寻找各种各样的借口来原谅自己，得过且过。只有少数人能够学会自我剖析和请求他人批评，彻底认清自己，针对自己的缺点进行改进，最终获得了成功。

只有认清你的长处和短处，才能发挥自己的长处，改进自己的短处。这样一来就能够获得他人的尊重，而你也会因为了解自己的长处从而提高自己的自信心，进而肯定自己。根据心理学家的调查表明，人类所使用的能力大约仅占其全部能力的 2%。换言之，你还有 98% 的能力处于待开放状态，因此，合理地开发自己的长处是销售人员提升自己的第一步。而自我剖析和请求他人批评正是开发自己长处的最好途径。

销售人员是一个十分特殊的群体，它们可以说是商场中的特种部队，是集大智大勇为一身的特种人才。他们在推销商品的同时其实也是在推销自己，包括自己的业务水平、谈判技巧、为人品德等综合素质，这些都可以形成一种特殊的影响力，它决定着客户对你是否信服，是否能够接受你。而做好真实的自己，相信真实的自我，就会使销售人员充满力量，全面提升自己的各个方面，对客户产生一种吸引力，最终凭借着吸引力谈成生意。

想法 2 培养自信，绝不妄自菲薄

我们要坚信这样一句名言：天生我才必有用。如果从孩提时代起就培养孩子们对家庭的和幸福的责任感，使他们认识到自己也是家中的劳动者、贡献者，是一个有用的人，那么，他们一旦走上社会，就能够有信心，且能主动地发挥创造性的才干，为社会、国家做出贡献。

在生活中，人们总是或不自觉的与他人进行比较。通过比较，人们总是会发现周围有一群人比自己更优秀。而在发现这一情况之后，有些人会努力的追赶，激发自己的上进心，向好的榜样学习，不断提升自己，这是一个比较积极的作用。而除此之外在比较的过程中还会出现一种情况，那就是觉得自己处处不如人，开始对生活失去信心，一蹶不振，甚至觉得生活毫无希

望，这就是一种十分消极的作用。

因此在现实生活当中，人们在与他人比较的时候应该进行合适、理智的比较，而不是胡乱比较，给自己造成巨大的压力和打击。正确的认识和评估自己才能找到自己正确的位置，做好自己应该做的事，不要因为贪慕别人而妄自菲薄。

在销售工作中，通过业绩的对比是销售人员进行自我评价的一种常见方式。领先的人会继续努力，而落后的人则会努力追赶，大家都为了做出更好的业绩而不懈努力。但是有些销售人员面对自己平常的成绩就会失去信心，甚至妄自菲薄：“我怎么可能超过人家。”“我实在是太笨了，我根本不适合做这份工作。”这样的销售人员首先在内心就自我否定了自己，觉得自己没有办法和身边的成功人士做比较，总觉得自己低人一等。认为自己永远不会有什么出息，而有了这样的心里，在工作中就会变得十分消极，最终被公司所淘汰。

妄自菲薄是一种十分消极的心理反应。在很多时候，销售人员会因为自己的家庭状况不好、经济收入不多、文化水平不高、社会地位低下等诸多因素不由自主的否定自己，因为自己的现状而自卑，因此在销售时就不由自主的矮人一头，缺乏自信，变得懦弱和谦卑。“我只是农村出身，普通话都说不好，怎么能比的过人家大城市的人。”“我只有高中毕业，人家可是名牌大学的本科生，他一定看不起我。”“我只不过一个普通的销售员，人家是个大老总，他肯定不会接受我的推销的，还是不要自取其辱了，交给别人来做吧。”种种这样的消极心理完全磨灭了销售人员的自信和激情，使销售人员不断地埋怨自己、责怪自己、贬低自己，偏偏不去主动的改变自己和提高自己。

隋阳是一个大专毕业生，他在毕业后就进入一家保险公司担任推销员。初出茅庐的他想要在这个公司好好发挥一番，于是他干劲十足的投入到工作中，并且也取得了一定的成绩。随着他在公司的时间变长，他渐渐的发现公司里的业务员大都是名牌大学的博士生和硕士生，最次的也是重点大学的本科生，这让隋阳觉得压力很大，他觉得一个专科生挤在一群比自己学历高很多的本科生中，多少有些不相配，就如同凤凰窝中的野鸡，是一个异类。

公司每个月都有一次业绩大评比，如果隋阳一旦排名靠前，他就对自己说：“你这是瞎猫碰上死耗子，侥幸而已。”而每当自己落后，他又会对自己说：“你学历不如人家，落后是肯定的。”而且每次约见大客户时，隋阳也总会把机会让给身边的同事，因为他觉得自己不配和那些大老板谈生意。即使去了人家也不会瞧得起自己，所以就不去自取其辱了。这种消极的心态使隋阳越来越不自信，最终发展到只敢天天在公司打电话，而不敢约见客户的程度，一直成绩平平，毫无进步。

妄自菲薄既是对自己心灵的严重打击更是对自己的不尊重和不负责任。试想一下，如果一个人连自己都看不起自己，那么还有什么资格去要求别人看得起你？人生不过寥寥数十年，活的就靠一张脸，不管身处什么环境，不管你的身份多么卑微，你都要看得起自己，努力争取自

己应有的权利，并不断的改变和提高自己，以此赢得别人的尊重和敬佩。自暴自弃是懦夫的行为，用自己的可怜来换取别人的同情的人只配做乞丐。

要想让别人看得起，首先就要自己看得起自己。工作中存在差距是十分正常的事情，而造成自己落后的原因也有许多方面，或许是自己的方法不对，或许是自己的努力还不够。不能把别人的优秀归结为别人聪明而自己愚蠢，这是一种逃避。人和人的智商没有太大差别，每个人都是两只胳膊一双手，关键就在于你是否努力。正是因为你不够积极、不够努力，所以你不如别人。文化水平不高可以自学弥补，能力不足可以锻炼成才，经济收入低微可以慢慢提高，只要你认真做，没有什么是不可能的。销售人员不要轻易地给自己下结论，认为自己笨、自己能力差、自己处处不如人。其实只要你付出比别人更多的努力，那么你得到的回报也会比别人多很多，这是一个不争的事实。因此销售人员在面对失败的时候，需要的不是自责和抱怨，而是打起精神、面对事实，客观的分析失败的原因，找出自己的缺点或差距，并努力弥补，这才是一个强者，一个销售人员该做的事情。

销售人员在面对与他人的差距时千万不要妄自菲薄，更不要自暴自弃，而是应该正确的认识自己和评价自己，在对自己的情况彻底清楚之后再着手进行改变，奋起直追，直到超越自己的目标。记住一句话：“成功者从不为自己找借口。”那些面对挫折自怨自艾，宁可花费大量的时间来抱怨命运不公，抱怨自己的能力低微的人只能一辈子当一名失败者。真正的勇士敢于直面挑战，敢于流更多的汗水和泪水进行进步，他们从不临阵脱逃，他们从不承认自己的是懦弱和无能的，他们只会不断寻找自己的缺点，不断努力、不断追赶、不断挑战一个又一个高峰，最终获得惊人的辉煌！

想法 3 像狼一样相信自己

在动物界中，敢于捕捉大型猎物的是百兽之王老虎吗？还是森林里的大灰熊？或者是草原上的雄狮？不是，都不是。在动物界捕食目标最大的动物是体重只有 30~40KG 的狼。

狼不但敢于袭击体型大于自己数倍的牛、野马、黄羊、鹿等动物，而且当狼成群结队之时，他们甚至还会同时围捕数万只的马群、羊群。由此可见，狼的自信非同一般。

自信的狼身上充满攻击力，而自信的销售人员身上则是充满了活力。自信的人不仅对自己有着前所未有的信心，而且对自身能力有一个很好的把握，还可以看到自己的缺点，并且面对困难有信心克服。成功的概率也因此增大。

有位著名的成功学家曾经说过：“最可怕的敌人，就是没有坚强的信念”有志者，事竟成，破釜沉舟，百二雄关终属楚。现如今，我们耳边似乎还在回荡着项羽“力拔山兮气盖世”的豪言壮语。

少年得志的项羽在不到 20 岁之时看到秦王出游的马车便发出“彼可取而代之”的壮志，23 岁就随着自己的叔父项梁起义，25 岁于秦军战于巨鹿，九战九捷，大破秦军 30 万众，成为统帅。

当秦军围困赵军 46 天，各路诸侯皆屯兵数十里外不敢向前，是项羽怀着必胜的信念，毅然杀掉宋玉，带着他的军队破釜沉舟的冲向秦军。最终，项羽胜了，经此一役，不仅改变了秦末战争的力量对比，也使项羽达到了人生最辉煌的顶点。成就项羽的就是他那强者的心理素质，他的自信、不屈、威武、霸气才造就了一代西楚霸王。

项羽就像是一只狼王，带领着自己的手下疯狂地捕猎，在中原大陆这片草原上称王称霸，正是自信才造就了他的所向披靡。

在狼的生活世界里，在每一只头狼的成长经历中，它始终对自己有信心，它始终相信自己有一天会成为头狼，并且会率领着自己的狼群在茫茫的森林以及辽阔的草原上纵横驰骋。

我们都知道，在头狼的成长经历当中，所面临的困难与挑战重重，如果没有一种强者的心理素质，是很难战胜那些困难和挑战的。

狼的这种自信的心理素质的确值得我们去学习，正如美国现代心理学之父威廉·詹姆斯所说的一样：“我们坚定不移的信心，常常是取得胜利的唯一法宝。”也就是说，人的自信作为一种愿望和自我确定，能产生超越自我的力量。

只要你相信自己可以成功，那么你终究有一天会赢得成功。有方向感的信心，会令我们每一个意念都充满力量。当你有强大的自信心去推动你的人生，那么你就可以平铺青云，无止境地攀上成功之巅。

作为一名销售人员，也要拥有这种自信，只有自信才能让你走得更远。当然，在靠着自信心追求成功的道路上，肯定会有着各种各样的挫折和失败在等着我们，但是只要我们拥有强者的心理素质，善于面对挫折，承受失败，而且可以在失败之后重拾自信。那么，在通往成功的道路上，就没有什么可以阻挡你的了。

有这么一个故事，有一个渔夫在出海捕鱼时，一旦捕获了鱼总要看这条鱼的个头大小，在看过之后他就会将大鱼放回海中，只留下小鱼。有人好奇地问渔夫为什么这样做。渔夫答道：“我真的不愿意这么做，但是我只有一口小锅，煮不了太大的鱼。”

没错，很多时候，销售人员也会遇到“锅小鱼大”的情况。在你面临一个大客户的时候，你会不会说：“天啊，怎么会给我一个如此重量级的客户，我可没能力办好这件事情。”或者说：“那个大客户脾气古怪，最厉害的销售人员都没有成功，更何况是我这个没有销售经验的新人，

所以，我肯定没有办法做好这单生意，还是不要去碰钉子了……”

这种例子每天都在上演。如果一个销售人员连自己都不看好自己的能力，把目标设定得很小，或者根本就没有目标，那么，谁又能尊重你，谁又能把生意交给你来做呢？许多销售新人之所以没有好业绩就是因为一旦遇到稍有难度的工作就害怕做不到，因此限制了自己的能力和潜力的发挥。

当你认为自己的能力没有办法做好一件事之前，当你说出“我恐怕不行”这种话之前，请你仔细考虑一下这句话对你的职业生涯和你的销售业绩有多大的影响，或许一个几百万的订单就因为你的一句话而灰飞烟灭，或许一次锻炼自己、挑战自己的机会就因为这句话而丧失。因此，销售人员一定要敢于挑战、敢于设定宏伟的目标，敢于一次又一次的突破极限、超越自我！

要超越极限、挑战自我，就不要一味想着自己的能力有多小，而要想自己的潜力有多大，然后立刻行动、只要你这么想了、这么做了，你就会发现自己的能力原来远远超出自己的预期。

如果你坚信自己是一个最棒的销售员，坚信自己总能够把产品成功的推销给客户，那么你的精神状态也一定是乐观的，你的生活也一定是快乐的，你的言谈举止、思想行动也一定是积极向上的。而在这样的前提下，你的销售之路又怎么会不平坦呢？

想法 4 你需要的只是一个目标

一个人没有人生目标是可怕的，这并非是说这个人有什么可怕，而是没有目标的人生本身就很不可怕。卡耐基曾说：“毫无目标比有坏的目标更坏。”因为没有目标未必是这个人无所事事，而是这个人很可能毫无作为。

从古至今无数的事实证明了，要想成功就必须要有明确的人生目标。没有人生目标也就没有具体的行动计划，而没有行动计划做事就会敷衍了事，也就会丧失责任感，更谈不上什么意志坚强、斗志昂扬了。没有目标，即使有再高的才华都是白费。

有无数销售新人因为否定自己最终毫无建树，不得不另谋高就。事实一再表明，一个人只有制定积极、符合自身情况的目标才能改变工作中、事业上的不理想现状。当你为自己制定一个远大的目标，并承诺会为实现这个目标而奋斗的时候，你就会感觉到涌动在你心底巨大的潜能，会感觉浑身有使不完的力量。

最顶尖的销售人员都有这样一股鞭策自己的神奇力量，当一些销售新人因为胆怯而徘徊不前时，它们却能够凭借着自己高度的乐观、自信、上进心，以及内心的自发力量，把内心的恐

惧和外界的挫折统统控制住。他们坚信自己一定可以实现自己的目标，他们总是这样激励自己。

美国著名的销售人员斯通在 20 岁的时候搬到芝加哥，创办了一家名为“联合登记保险公司”的保险经纪社。尽管当时该公司中只有他一个人，但是他仍然有决心办好这一企业。

在开业的第一天，斯通便在热闹的北克拉街推销出了 54 份保险单。不过，即使他一开业就取得了一个开门红，但是人们还是对他的公司议论纷纷，认为这个只有一个人的公司肯定坚持不了几天。然而斯通却坚信自己每天能够完成更好更高的目标，那就是——多卖几份保险。在这一目标的指引之下，斯通在祖利叶城创造了平均每天成交 70 份保险单的骄人业绩，他的最高纪录是一天出售 122 份保险单。在他不懈的努力之下，他的公司也一天天兴旺起来，不仅在芝加哥站稳了脚跟，还在美国其他州开辟了保险业务。

斯通正是通过设立目标，自我肯定才获得成功。他在经过不断的提升、成长之后，他完成了在别人看来几乎不可能完成的任务。从本质上来说，自我提升来源于自信，而目标是我们激发自信的源泉。当人们有了某种需求，它就会激励人们用行动去满足自己的这种需求，而这种需求明朗化、公开化就是目标。

作为一名缺乏销售经验的新人，当你在遇到困难、挫折、失败时，一定要告诉自己：我不怕失败。我也不会被轻易打倒，我要达成我的目标，我要实现我的梦想！只要我努力，一定会成功！

现实生活中有很多这样的人：他们害怕困难，恐惧挫折，一旦遇到困难和挫折，他们就会败下阵来，即使是一个小小的挫折，他们也不敢去面对，甚至在困难消失时他们也不敢再次尝试，而改变这一状况的方法就是设立目标。

古人云：“凡事预则立，不预则废。”虽然在实际工作中，没有须先设定目标的推销人员偶尔也会成功，但是那些并非真正的成功。制定目标可以帮助你获得真正的成功，而且由于你的成功是通过你努力工作获得的，因此它便具备了真正的价值和意义。你会极力保护你的劳动成果并努力使它茁壮成长，这样一来你非但不会挥霍浪费，反而会把它建立在一个更为坚实的基础上。而不制定目标，就不能充分发挥你的潜能，没有了目标，你在工作中就会变得无精打采、烦躁不安，从而失去工作的重心。

想法 5 把目标分化成具体的步骤

拥有一个目标是成功的前提，而在拥有目标之后该如何做，却是让很多销售人员十分困惑的问题。答案其实非常简单，就是把目标拆分，变成一个又一个详细的计划。

一个优秀的销售人员一定是一个善于规划的人，只有学会了规划出实现目标的具体步骤，才能达成自己想要的目标，到达成功的彼岸。

1945 年山姆·沃尔玛创立了第一个廉价商店，当时他就订下了一个目标，“在 5 年内，使纽波特的小店成为阿肯色州最好、获利能力最高的杂货店。”山姆·沃尔玛清楚的知道，如果想要实现这个目标，这家小店的销售额必须达到现在的三倍以上，从现在的年销售 7.2 万美元，增长到 25 万美元。最终山姆达到了自己的目标，非但成为了阿肯色州的获利能力最高的商店，还成为了周围五个州的最佳获利商店。

之后，山姆继续替他的公司设定惊人而具体的目标，他每过 10 年就会订出一个新的目标。到了 1977 年时，他的目标是：“在 10 年内成为年销售额 1 亿美元的公司（亦即增长两倍以上）。”

毫无悬念，这个目标又实现了，他依然在为自己的公司制订下一个目标，1990 年，他订下了一个新的目标：“在公元 2000 年前，使公司拥有的商店数目倍增，并且使每平方英尺的销售额增加 60%。”

沃尔玛公司的一名董事罗伯特·康恩曾经在给友人的信之中有这样一段话：“……沃尔玛清楚表明一个目标，要在公元 2000 年前把商店的数目增加一倍，并且把每平方英尺的销售额提高 60%。更重要的一点（也是大家没有注意到的）是，他确实定出了 1250 亿美元的明确目标……”

沃尔玛之所以可以成功，是因为他有着清晰具体的目标实施方案。而这一特点在其他优秀管理者身上也总能发现。比如通用电气公司的韦尔奇，他在最初成为通用 CEO 的时候就制订了这样一个目标：“在我们服务的每一个市场中，要成为数一数二的公司，并且改革公司，拥有小团队般的速度和活力。”相比之下，西屋公司的目标则是：“全面品质、市场领袖、科技驱动、全球化、重点增长、多元化。”比起现在很多公司难以了解，不容易记住的“愿景宣言”，通用电气的目标显得更清晰、更具体、更能促使大家行动。

不同的工作模式也会造成不同的结果，有的销售人员在设定目标之后便埋头苦干，而有的销售人员则会认真思考，寻找出一条最方便的道路：

总公司派给了两个销售团队经理一样的任务——增长 35% 的销售额，如果完成了，整个销售团队都会有丰厚的奖金。

其中一个销售经理是这样对手下分派任务的——小 A、小 B、小 C 你们三个今年必须要达到 35% 的销售额增长，只要达到指标，年底公司发奖金。下面的销售代表一看，怨声载道，觉得任务繁重，互相讨论：“35% 的销售额太难了，市场已经接近饱和，要想增长这么多需要费多大的劲啊。”“就算有年终奖金，但是 35% 可不是个小数字，不是人人都可以达到的。”最后

讨论结果是，人人都觉得是个不可能完成的任务，都没有热情去做，到年终的时候达不到目标，甚至业绩有些下滑，那个销售经理受到了解雇。

而一另一个销售经理想要达到同样是 35% 销售额的增长，却是这样分配任务：小 A 你明天负责多跑一个客户，多签一份合同就算完成任务了；小 B 你这个月只要多做出两份市场调查，就可以休息了，年底给你发奖金；小 C 你这个季度争取把王总这个大客户拉过来，这一段时间你不用做别的事情，只要搞定王总，就算立了头功。

等这个销售经理一分配完任务，下面的小 A、小 C、小 B 等都觉得这些任务并不难，只要努努力就可以做到，而且还有奖金拿，何乐而不为呢？最终到年底这个销售团队完美的完成了 35% 的销售额增长，那个销售经理也因此获得了升迁。

两位销售经理，一样的任务，一样的奖励，但是为什么一个可以完美完成任务并且获得升迁，而另一个却没有完成任务反而遭到了解雇呢？

原因就是两人用的方式方法不同，一个只会机械性的把上面派下来的任务传达给自己的手下，而另一个却会分解任务，如果只有一个远大的目标，而没有具体步骤，那么销售人员看到那个艰难远大的目标会望而生畏，本来能完成的任务也完成不了了。

在 20 世纪中期，五个平民被一个财主抓了起来当做奴隶，每天逼他们工作，晚上关在一个大笼子里。这个大笼子是精钢制作，十分结实，如果想要逃脱，只有从地下挖出一条隧道。于是五个人商量想挖出一条隧道来，但是当他们想开始实施之时，发现没有铲子等挖掘工具，能用的只有几个木棍，而且他们做了一天的活都已经累到瘫痪，谁也不愿意动。

并且挖一条隧道逃跑确实是一件非常辛苦的事情，于是他们的这个计划就这么搁浅了下来。

就这样过了半年，又有一个人被抓进了笼子，当知道大家在为不愿做奴隶想逃跑而苦恼的时候，这人拿起树枝在地下写写画画开来，没一会儿，他把大家召集了起来，对大家说，我已经调查并估算过了，我们挖隧道逃跑大概需要挖一条三米深七米长的隧道，而挖 1 米需要 1 个人挖两天，那么就要 20 天，我们有 6 个人，每个人只要挖 3 天半就可以跑出去了。那时候我们就获得自由了。

听到这里，大家都非常兴奋。这个人接着说：“大家的劳动付出是一样的，不计先后，每个人只要完成自己挖的天数就可以休息，但是，有一点必须要做到，就是每个人都必须全力以赴，因为只要有一个人偷懒一天那么我们就会导致任务时间延期，会打破了这个劳动分工的平衡，如果两个人偷懒，我们很可能就会无法完成隧道的挖掘，只能白白给人做奴隶，所以就算为了自己，大家也要全力以赴！”

他说完后大家都由衷地点头表示赞同，于是他接着说：“好，既然是我的提议，那么我就第一个去挖隧道。”说罢这个人就拿起棍子开始挖掘隧道，因为有了明确的分工，所以大家也都不在互相推诿，都抢着去挖掘，同时都很卖力气，丝毫不偷懒，因为谁也不希望这个计划失

败。

果然，二十天之后，这些人挖通了隧道，重获了自由。

这就是把团队目标逐层分解，化整为零，因为后来这个人的到来，所以大家才获得了自由，如果没有这个人的明确分配工作，那么，这群人或许会当一辈子奴隶。这就是一个很好的分解目标任务的例子，而且销售人员也必须掌握这种本领，销售人员如果想要实现一个目标，第一步就是去规划出实现目标的具体步骤，那么我们如何去规划具体的步骤呢？

首先，我们要把目标用白纸黑字写下来，只有将目标写下来你才能将目标的详细内容规划出来。同时，在你写出这个目标之时，这个目标已经具体的呈现在了你的眼前，你的潜意识就会更加认真对待这个目标，而不是只在脑袋里想想。你不能逃避自己的承诺，所以必须将目标写在纸上，明确具体地呈现在你面前，不用太多，一句话就可以：“我一定要实现……的目标”。这是你的总目标。

然后，设定一个时间，根据你所写的目标，以及你希望达成目标的时间，设定一个时间限制，有时间限制才叫目标，没有时间限制那叫梦想。

接下来，列出要达成这个目标的充分理由，建议你简明扼要的写下你为什么要达到这个目标的真正理由，告诉你自己实现目标能获得的收获，把握它们对你的重要性，如果你做事能找出充分的理由，你将无所不能，因为追求目标的动机比本身目标更能激励自己。

最后，你要学会奖励自己，在达成每一阶段的目标之后，给自己设定一个奖励，比如一周的放松假期；或者买一个心仪已久的东西；又或者去旅行等等，给予自己阶段性的奖励，促使自己更有干劲的去实现这个目标。

想法 6 拥有灵活的应变力

应变力是近年来十分流行的一个词汇，而应变能力是指自然人或法人在外界事物发生改变时，所做出的反应，可能是本能的，也可能是经过大量思考过程后，所做出的决策。

在生活中，我们难免会遇到一些难以预料的突发情况，而此时，就是考验一个人的应变能力和适应能力的时候了。如果一个人应变能力和适应能力很强，那么他就可以冷静地、理智地分析现状，通过巧妙地方法来灵活应对，最终能够化险为夷，使自己摆脱困境。而如果一个人缺乏灵活的应变能力就会遇事慌张，手足无措，甚至鲁莽行事，最终把事情搞的一团糟，使自己白白蒙受损失。因此，应变能力是每个人都必不可少的一种本事。