

# 能者为王

董本东◎编著

*N*engzhe Weiwang

## 销售人员必备的10种能力

XIAOSHOU RENYUAN BIBEIDE  
SHIZHONG NENGLI

東方出版社

- 自我管理规划的能力
- 塑造良好职业形象的能力
- 寻找目标客户的能力
- 接近目标客户的能力
- 发掘客户需求的能力
- 产品展示与劝购的能力
- 排除客户异议的能力
- 促成交易的能力
- 回收货款的能力
- 客户维护的能力

# 能者为王

董本东◎编著

*W*engzhe Weiwang

销售人员必备的 **10** 种能力

XIAOSHOU RENYUAN BIBEIDE  
SHIZHONG NENGLI

江苏工业学院图书馆  
藏书章

**图书在版编目(CIP数据)**

能者为王——销售人员必备的10种能力 / 董本东编著  
- 北京: 东方出版社, 2006-8

ISBN 7-5060-2537-X

I. 能... II. 董... III. 销售学-基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 058319 号

**能者为王——销售人员必备的10种能力**

---

作 者: 董本东

责任编辑: 姬 利

出 版: 东方出版社

发 行: 东方出版社 东方音像电子出版社

地 址: 北京朝阳门内大街 166 号

邮 编: 100706

印 刷: 北京智力达印刷有限公司

版 次: 2006 年 8 月 1 版

印 次: 2006 年 8 月北京第 1 次印刷

开 本: 710×1000 毫米 1/16

印 张: 16.125

书 号: ISBN 7-5060-2537-X

定 价: 29.80 元

---

发行部电话: 010-65257256 010-65230553

版权所有, 违者必究

## 前言

很多人感叹：销售越来越难做了。在早些年计划经济时，销售人员完全可以凭借广泛的人际关系为自己铺就一条成功销售的大道。但随着市场经济的改革开放，许多事情变得复杂化了。尤其是对于销售，难度越来越大，而销售的成功决定着公司的整体实力，销售能否成功，最大程度取决于销售人员的个人综合能力。

在市场竞争日趋白热化的今天，仅有销售技巧是远远不够的。如今的购买者深知，作为交易的一方，他们比以往任何时候都更有发言权。各家销售公司给他们发来铺天盖地的报价单。因此，除了报价低以外，销售人员只有提供其他的优惠服务，购买者才会动心。

一个销售人员进入岗位，首先要强化自己对所售产品的认识，最初只是从宣传资料中了解，随后经过培训，参照实物，更深一步的认识产品。当然仅是熟悉了自己的产品还不行，还要了解同类其他产品的优缺点，为客户介绍时才显得胸有成竹。

销售由前些年的推销概念转入营销后，意义上也发生了根本的变化，推销重在产品，而营销重在服务与需求。这对一个销售员来说，也增加了难度。销售员不仅要熟知各类产品的性能特点，还要加强对自身综合素质的培养，让客户感觉到你的服务质量，客户的这个感觉并非完全来自于你所处一公司的优势，很大程度上决定于销售人员本身的表现。

胆识和口才销售人员必须具备的关键能力。许多单位拒绝上门直

销，各个大楼防卫森严，若没有胆量和智慧，登门拜访就是最难的一关，更别说展现自己的演讲口才了。但话又说回来，虽然有了展现的机会，但并非只靠两片嘴皮子，还需要具有许多业余的知识和本领。销售员遇到各类突发事件的机会比较多，即使你当时不明白，事后回来也一定要弄明白，要遇到一个问题解决一个，慢慢地从实践中提高自己的见识与能力。

有的销售员说：我学那么多干什么，那已经超出我的业务范围了，可以找其他人协助啊。其实，要想成为一名出色的销售人员，就应具备多方面的才能，这些知识并不是单从书本上或公司里学来的，而是从工作中的点点滴滴获得的，不能小看每一个难题或不动大脑地请他人解决，不学将永无长进。

卓越的销售人员的成功武器就在于能力！销售人员要想迅速提升业绩并在销售领域站稳脚跟，就需要清楚地了解作为优秀的销售人员需要具备哪些能力，并在平时注意训练以有效提升这些能力。

本书浓缩了众多销售精英的成功之道，吸取了他们多年来秘不授人的宝贵经验，提炼出了销售人员必须具备的10项能力。在此，献给所有想要在不断变化的环境中拥有卓越表现的销售人员。

## 一、成功的关键在于能力

大家在同样的企业，享受同样的销售政策，销售同样的产品，为什么业绩会如此悬殊呢？

关键原因在于能力！你是否具备优秀销售人员所具备的能力？

不是所有人都适合做销售，也不是所有做销售的人都能成功。从销售人员个人角度看，决定其业绩高低的因素有他的基本素质、观念、能力等，其中对业绩起主导因素的是能力。

有人把能力和素质混为一谈，其实二者是不同的。能力可以在短期内培养，而素质则是在短期内无法培养出来的。

销售人员要想迅速提升业绩并在销售领域站稳脚跟，就需要清楚地了解作为优秀的销售人员需要具备哪些能力，并在平时注意训练以有效提升这些能力。

## 二、始终与压力和挫折相伴

营销界有句名言：销售不是人做的，是神才能做的。销售工作充满艰辛和痛苦，任何人从事销售工作都免不了会遭遇到失败，因此销售人员必须具有一种锲而不舍的抗逆精神。一遇困难就开始打退堂鼓，是什么事都做不成的。

无数实践证明：在销售之前遇到的挫折越大，克服挫折产生的成绩就会越大。施乐公司就是一个典型例子。在施乐，人们常有这样的感觉：任何一个人，如果两次、三次、十次、几十次遇到了挫折，那么他取得的成绩将是最大的，因为他每一次成功的销售都是从失败开始的——他经历的失败比别人多，积累的经验也就比别人多，相应地，他所取得的成绩也就比其他同事更显著。而那些经不起挫折和失败的人注定成不了优秀的销售人员。

在与困难和挫折作斗争的过程中，销售人员的业务水平、谈判能力、沟通能力、销售技巧等都会得到提高。当他在销售工作中再遇到这种市场环境时，他对困难和风险的规避能力也就增强了，也就是说，他的工作舒适领域拓宽了。

有竞争就有压力，销售人员正是处在这个市场环境的“风头浪尖”上。销售人员要学会不断地拓宽自己的舒适领域，要有意识地走入自己的不舒适地带，去挑战压力，从而使自己的抗逆能力，也可以说是规避风险的能力不断增强，而由此带来正面效应——顺利和成功！

### 三、“专业销售”才能赢得业绩

许多销售人员并不认同“专业销售”，在他们看来，客户不买自己的产品是品牌知名度不高、广告投入少、价格高、产品竞争力不够……其实，只要花点时间认真研究一下，就会发现一切的问题都源于销售人员专业能力不够。如果从事销售的人员或即将从事销售的人员不能正确认识这个问题，提升销售业绩将是一句空话。

我们可以先看看下面这个案例，就能明白“专业销售”起着举足轻重的作用。

某日，一位对汽车产品有一定了解的客户来到一家汽车专营店。见到客户到来，销售人员照例上前打招呼，询问客户要看什么车。此时，这位客户走到了其中一辆车前，要求销售人员打开引擎盖并启动发动机。在细心听了发动机的声音并对发动机舱内的各部件作了全面的审视后，该客户问了一个比较专业的问题：“这款车的怠速是多少？”听到这个问题，销售人员不假思索地告诉客户：“1 斤。”为了证明他说的数据正确，他让客户坐进了驾驶室，用手指着仪表台上的发动机转速表，此时指针在“1”的位置上，“你看这里，就是 1 斤。”

客户皱起了眉头，二话没说，扬长而去。至此，这位销售人员仍然不知道客户为什么会离开，以为客户只是问问而已。

“怠速”是一个汽车产品的专用术语，指的是在停驶的状况下发动机

热机后的正常转速，单位是“转/分钟”而不是“斤”。因为怠速的高低在一定程度上将影响到使用过程中的油耗，是消费者比较关心的问题。

这是汽车销售中最基本的常识，遗憾的是这位销售人员连这个基本的常识也不懂，这样怎么能够获得客户的认同呢？

对于一些新产品，消费者缺乏消费经验，会对购买产生某种恐惧和担忧，对后续的使用中售后服务占有重要位置的产品与服务尤其如此。此时，销售人员如果不具备这方面的专业知识，即使嗓门再大、说得再多也难以打动客户的心。

先做产品的专家，再做产品的销售人员。这绝不是一句空话。

实现专业销售的秘诀只有一个：提升自己的销售能力！



前言 /1

导言 /1

一、成功的关键在于能力 /I

二、始终与压力和挫折相伴 /I

三、“专业销售”才能赢得业绩 /II

---

## 第一章 自我管理 with 规划的能力：销售入门必修课

一、销售入门：角色认知 /002

二、人生规划：作为销售人员该做什么 /007

三、心态修炼：销售人员必备的五种心态 /012

四、情绪管理：学会自我激励 /023

---

## 第二章 塑造良好职业形象的能力：加重成功销售的砝码

一、仪表仪态：创造良好的第一印象 /042

二、肢体语言：传递口语无法表达的微妙信息 /048

三、幽默睿智：使自己说话更迷人 /057

四、赢得尊重：时刻体现自己的专业与涵养 /060

---

## 第三章 寻找目标客户的能力：增加销售业绩的利器

一、谁是我们的潜在客户 /064

二、寻找目标客户的途径 /066

三、寻找目标客户的方法 /073

四、有效管理目标客户资料 /077

## **第四章 接近目标客户的能力：打开客户心门的钥匙**

- 一、如何接近目标客户 /082
  - 二、接近目标客户前的准备 /085
  - 三、接近目标客户的方法 /091
  - 四、接近目标客户的两项注意 /096
  - 五、如何做好拜访计划 /097
  - 六、拜访客户的“SWIH”技巧 /099
- 

## **第五章 发掘客户需求的能力：提升销售谈判的筹码**

- 一、客户的需求是什么 /106
  - 二、准确把握目标客户的消费心理 /108
  - 三、个性不同，需求不同 /115
  - 四、需求挖掘：将客户真正的购买意图挖掘出来 /118
  - 五、如何挖出客户的潜在需求 /124
  - 六、开发潜在需求的特殊技巧 /127
  - 七、发掘客户需求的原则 /129
- 

## **第六章 产品展示与劝购的能力：搭建与客户沟通的桥梁**

- 一、热爱产品：为展示说明作准备 /132
  - 二、提炼卖点：增加产品的吸引力 /135
  - 三、展示说明：用客户喜欢的方式进行 /139
  - 四、摆脱尴尬的捷径 /144
- 

## **第七章 排除客户异议的能力：拓展销售的平台**

- 一、认识客户异议 /148
- 二、客户异议从何而来 /152
- 三、常见异议类型与应对技巧 /156
- 四、处理异议的基本功 /160
- 五、化解客户异议的经典策略 /164
- 六、如何预防客户异议 /168

---

## **第八章 促成交易的能力：超越平凡的秘诀**

- 一、敏锐的直觉：及时捕捉到成交信号 /172
  - 二、留心观察：识别客户显现的各种成交信号 /175
  - 三、促进成交的技巧 /178
  - 四、促成交易的方法 /181
  - 五、收场的技巧 /189
  - 六、达成协议后——争取更多的订单 /192
- 

## **第九章 回收货款的能力：公司正常运转的纽带**

- 一、加强应收账款的回收 /196
  - 二、催收账款丝毫不能马虎 /200
  - 三、成功催收回款的技巧 /214
  - 四、四种有效收款的方式 /221
  - 五、收款要注意的事项 /223
- 

## **第十章 客户维护的能力：销售常青的秘诀**

- 一、拉住老客户：瞄准第二笔生意 /226
  - 二、优质售后服务：留住上帝的忠诚 /229
  - 三、排除客户抱怨：销售人员长久发展的关键 /234
  - 四、如何培养客户忠诚度 /240
- 

## **后 记 /245**

在激烈的市场竞争环境下，销售人员必须首先对自己的职业生涯进行有效的规划与管理，只有这样才能摆正位置、端正心态，明确自己的目标，勇敢面对各种挑战。

## 一、销售入门：角色认知

也许你正在考虑是否要做一名职业销售员，或者你已经是一名职业销售员，正在努力向着“销售高手”的目标迈进。那么，你可能曾经不止一次地问过自己：“销售人员到底应该具备什么条件？我具备这些条件吗？”“女人是否比男人更适合做销售工作？”“只有那些善于交际、性格活泼的人才能成为销售明星吗？”对于这些问题，也许没有一个标准答案。就像世上没有两片完全相同的叶子一样，成功的销售人员也千差万别，所以不能笼统地给他们定义。不过，假如你热爱销售工作，愿意为销售事业奉献自己毕生的精力，你也可以成为世界上最伟大的销售人员。但前提条件或者你职业生涯中一个必不可少的步骤，就是进行正确的职业规划！

卡耐基说过：“人生的圆满与否，在任何时间条件下都取决于你对自己的认识程度。”

对于销售人员来说，认识自己才能找准销售目标，才能知道自己该以何种面貌来面对不同类型的客户，才能知道自己在销售过程中的弱点和不利因素。认识自我的过程也是进行职责定位的过程，这一过程直接决定着销售人员事业的成败与职业生涯的圆满。

### 1. 销售是最有前途的职业

作为一名销售人员，我们会经常听到别人说：“销售是最有前途的职业。”究竟销售为什么有前途？销售职业的前景如何呢？我们可以从以下三个方面进行分析：

#### (1) 市场需求概况

今天的市场是买方市场，供远大于求，销售成了每一个企业的关注

点，市场对销售人员的需求量越来越大。对于以技术为背景的行业，如电信、软件等，对销售人员的需求仍然会持续增长。在非技术领域里，销售类职位也一直是市场需求最旺盛的职位之一。

### (2) 薪酬前景

对于工资与销售业绩直接挂钩的销售人员来讲，压力是巨大的，但同时回报也是丰厚的。销售人员的收入没有上限，有时候会比自己的上司赚得多。

### (3) 发展前景

在从事销售的过程中，你可以利用别人的商品、资金和渠道，建立关系、储蓄资本、积累经验、蓄势待发，一旦时机成熟，就可以开辟自己的天地了。销售能培养你良好的品性，使你迅速创业；销售使你掌握人生的全部艺术。

在销售工作中，你能够学会如何让别人接受自己的思想，如何与人相处，如何灵活处理问题，如何战胜别人的冷漠和拒绝。你在销售中学到的技巧和原则，适用于任何行业，它们将使你终生受益。

## 高手 点拨

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。

## 2. 认知销售

### (1) 什么是销售

作为一名职业销售人员，应该深刻地理解“销售”一词的含义。切记，你是为客户提供帮助的人，帮助他们节约时间，改变生活方式。一个成功的职业销售人员一定要非常了解客户，知道客户们所从事的工作及他们的需求。因为你是客户的支持者，是团队的成员之一，是难题的解决者。你要善于不断地自我调整以满足客户的需求。

### (2) 销售人员应该扮演什么角色

销售人员已经在这个社会运转中，扮演着越来越重要的角色，并且是

无可替代的重要角色。销售再也不是简单地卖东西，销售人员也不再是简单地卖东西的人。优秀的销售人员会把自己定位成顾问、医生、专家，只有平庸的销售人员才会说自己是个“跑腿的”。

销售人员是顾问。乔·吉拉德认为：销售人员是用产品与服务来解决问题的人，而不是去找产品买主的人。销售人员不应该走到客户面前，摆出一副希望能做成生意的样子。相反的，在拜访客户的时候，一定要以顾问身份去解决问题或帮助客户达到目标。

只有成为客户的顾问，才会站在客户的角度，为客户的利益出谋划策，才能得到客户的信任与尊重。请记住这样一条黄金法则：想要别人怎样对待你，你就怎样去对待别人。

销售人员是医生。在任何情况下，医疗过程都会遵循以下三个步骤：检查、诊断、开处方。医生如果没有经过这三个步骤，就是不合格的。身为销售人员也和医生一样，遵循着同样的职业道德规范与医疗过程。

把自己当作客户的医生，把自己的产品和服务当作最好的药方。在“诊断”的过程中兼顾客户的整体利益，找到最妥善的解决方案，这就是最伟大的销售之道。

销售人员是专家。优秀的销售人员能够让客户明白从他手中购买产品从竞争对手中购买产品的好处是什么；优秀的销售人员懂得更多的专业知识，他可以给客户更多的建议、更好的服务；优秀的销售人员明白客户的心声，了解客户真实的想法；优秀的销售人员让客户觉得如果不从他那购买产品就会有负罪感。

总之，优秀的销售人员应该像专家一样值得客户信赖，让客户觉得有安全感、有信誉、有保证。我们相信，所有从事销售的人，都希望自己是一名专家，而不是一个“跑腿的”。

### (3) 销售人员和客户之间的关系

现在市场上有一本《心态决定销售业绩》的图书，它认为销售并不是一项凭技巧取胜的工作，技巧只是一个方面，销售业绩的提升在更大程度上是由心态决定的。是的，一个人的技巧的发挥需要以积极的心态作为载体。如果心态消极得如同一块吸满水的海绵——稍遇助力就“泪流满面”，那么再好的技巧也发挥不出理想的作用。所以，在提高销售技巧之前，应

先磨砺你的心灵。然而怎样才能有一个好的心态呢？这其实很简单，只要你认清销售工作真正的本质所在，不管遇到什么曲折，你都会认为这就是销售工作。

是的，作为销售人员，一定要知道自己和客户之间的关系是什么。

如果没有客户，销售人员就没有收入；反过来，销售人员通过专业服务为客户提供了问题的解决方案。

销售人员必须信奉客户，就像信徒对待上帝一样；可是上帝不知道冷，也不怕饿，他只是一个精神化身。

客户是销售人员的朋友，怎么好意思赚取他的钱呢？可是销售人员付出的劳动是有价值的。其实很简单，销售人员与客户是互惠互利的合作伙伴。

那么如何建立高品质的伙伴关系呢？

有人认为，己所不欲勿施于人。如此又相对消极，无法深交，最后只能是君子之交淡如水。

正确的观点是：周瑜打黄盖——用对方喜欢的方式对待他。这样才是真正以客户为中心，建立真正双赢的伙伴关系。

### 3. 早做职业生涯规划

莎士比亚说：“人生如同在大海里航行，只有目标明确才能到达幸福的彼岸。没有方向，船儿就要颠覆搁浅。”

要做事，先立志。确定自己奋斗的目标，是任何人走向成功必不可少的重要步骤。对于销售人员来说，你希望成为一名优秀的业务员，还是一名优秀的营销经理，或是一名优秀的总经理？你的目标将直接决定你的前途。

当然，不同时期人的目标是不同的，所以就要提早对自己的职业生涯进行战略规划，确定自己短、中、长期的奋斗目标。只有树立远大的理想，确定正确的人生观、价值观，才能调动自己最大的主观能动性和奋斗激情。

#### (1) 设立有效目标

设想你踏上了一段旅程，你沿着道路前进，心中一片茫然，手中没有



地图和指南针。你只是偶尔欣赏一下路边的风景，然后机械地走着，不知道目标，不知道方向。后来，天上又下起了倾盆大雨。你饥寒交迫，疲惫不堪，坐在泥泞的路边，你开始思考：“我将去向何方？为何而去？”同样，当我们在工作中感到压力过大时，也经常 would 问自己：“我为什么要做这个工作？意义何在？”在这种情况下，如果我们知道自己将要去向何方，并且知道怎样抵达，将是非常有益的。无论是工作还是生活都是如此。

树立目标会提高你的工作效率，方向明确能使你保持强大的动力。如果我们知道只要再坚持 20 分钟就能到达目的地，我们就会咬紧牙关继续前进，尽管天空还下着雨，尽管道路崎岖不平。

在设立自己目标的时候，一定要具有时效性，可以从以下几个方面来设立目标：

一要具体：概念性的愿望是不能成为目标的，要想实现目标，首先必须将目标具体化；

二要可行：本季度末我要赚到 100 万元，这是一个非常具体的目标，但是也要考虑到自己的实际情况，你不能妄想一夜之间超过比尔·盖茨；

三要过程可以监控：在你实现大目标的过程中需要有一个可以监控的小目标，有了这些小目标，大目标才能真正实现，你才可以评估每一个进程是否合理。

确立目标后，只要全力以赴，脚踏实地，成功就会如约而至。

## (2) 用 6W2H 法则设定目标

可以利用 6W2H 法则设定有效的目标。所谓 6W，即 What、When、Where、Who、Why、Which。What 是指你要达成什么目标。一定要将目标量化，有了量化的目标，才能知道你的目标达成了多少，哪些地方还要加把劲。When 是指要什么时候完成目标。Where 是指达到目标要利用的各个场所和地点。Who 是指促成目标实现的有关人物。Why 是让你能够更明确为什么要这样做，并确定这样做的理由是正确的。Which 是让你能够在思考上保持更多的弹性，有不同的选择方案。

所谓 2H，即 How 和 How Much。How 是指选择什么方法进行，如何去做。How Much 是指要花多少预算、费用、时间等。