

销售人员
成交宝典



与客户



成交的

N个技巧

实现成交不能只靠运气，更要靠不怕拒绝的勇气、真诚的态度以及合理的方法和技巧。

李陵申 → 编著
俞慧霞



销售的目的就是让顾客感到满意，然后顺利成交。



中国纺织出版社

销售人员
成交宝典



与客户



成交的

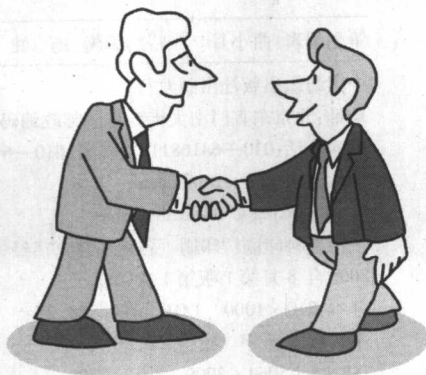
实现成交不能只靠
运气，更要靠不怕
拒绝的勇气、真诚
的态度以及合理的
方法和技巧。

N个技巧

李陵申 → 编著
俞慧霞



销售的目的就是让顾客感到满意，然后顺利成交。



 中国纺织出版社

内 容 提 要

销售人员不辞辛苦地展开无数次产品推销的目的是什么?很简单,就是为了实现成交。那么如何才能让你的销售活动离成交的目标越来越近,如何才能抓住得来不易却可能转瞬即逝的成交机会呢?销售人员需要做好信息处理、知识储备、谈判技能、说服技巧等多方面的准备和锻炼。掌握这些知识与技巧,对于销售人员实现成交目的、把握成交机会具有十分重要的指导意义和现实意义。

图书在版编目(CIP)数据

与客户成交的N个技巧/李陵申,俞慧霞编著. —北京:中国纺织出版社,2006.8

ISBN 7-5064-3909-3

I. 与… II. ①李… ②俞… III. 企业管理:销售管理
IV. F274

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第072739号

策划编辑:曲小月 特约编辑:杨 婕 责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

三河新科印刷厂印刷 各地新华书店经销

2006年8月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:14.25

字数:179千字 定价:26.00元

ISBN 7-5064-3909-3/F·0700

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换



李陵申

东华大学管理科学与工程在读博士研究生，对外经贸大学工商管理硕士。

中国纺织出版社社长，高级经济师。

《风采》杂志社、《昕薇》杂志社出版人兼社长。

中国纺织工业协会常务理事。

中国出版工作者协会理事。

中国书刊发行业协会理事。

国资委经济高级专业技术职务评委。

曾获“中央国家机关优秀青年”、“中国纺织总会十佳青年”、“全国百佳出版工作者”等荣誉称号。



俞慧霞

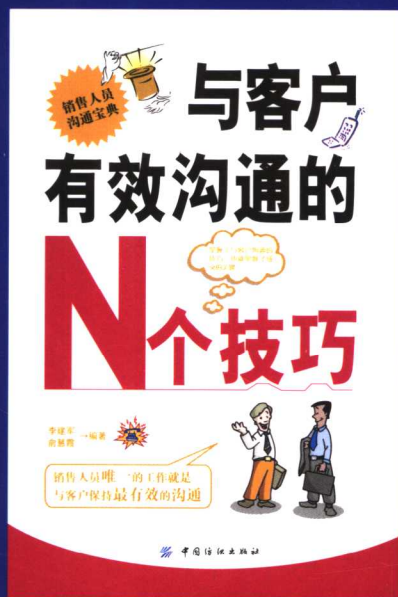
从事市场营销工作多年，曾在多家公司担任咨询顾问，主要研究方向有：市场营销、战略规划等。对营销技巧以及客户管理有着丰富的经验，著有《与客户有效沟通的N个技巧》等书。

博

采

营

销



策划编辑：曲小月

特约编辑：杨 婕

投稿邮箱：nosay@126.com

团购热线：010-51692582 010-64173011-607

千手设计工作室
13167501323

序

每一次销售都指向成交

无论我们是在参加成功推销技巧的研讨班时，还是在接受企业组织的内部培训时，或者是在我们阅读任何一部有关销售的书籍或其他数据时，几乎来自所有途径的信息都指向了一个直接的目标，那就是实现成交！

“成交”两字，很多时候都会给无数从事销售工作的人员带来无法言说的兴奋、激动和激励。实现成交，是对销售人员长期努力工作的最好回报。如果不能实现成交，虽然此前销售人员付出的种种努力不能被轻易抹杀，可是那种种努力却终究归为无效，至少在成交之前，我们不能给自己一份完美的答案，更不要说公司的销售目标与利润率了。

于是，很多销售人员时时都被残酷的现实和回荡在内心深处的渴望深深地灼伤着，甚至有时，久久积存于内心深处的热切渴望几乎就要脱口而出：我们渴望每一次销售都能实现成交！我们渴望与客户保持更长久的合作关系！我们渴望每一次的成交量都能更大一些！

带着强烈的渴望，无数销售人员一次次鼓起勇气拨通了客户的电话，敲响了客户的大门，他们充满激情地活跃在与客户的每一次沟通过程当中。可是，面对一大堆名片或名录，并不是所有的客户都能使销售

人员内心的深深渴望变成现实，并不是在销售活动中的所有努力都能看到明显的回报——实现成交，这对于公司销售额的增长或者销售人员的推销活动来说往往就意味着失败。可见，除了激情、勇气和强烈的渴望，还需要更多的知识和技巧。

是的，若要实现成交，仅仅有强烈的渴望是远远不够的，还需要相应的技术、技巧的合理运用，对客户的充分了解和真诚，以及投入大量的时间和精力进行各项准备工作等等。对于一名立志于实现更多成交额的销售人员（事实上，有哪一位从事销售工作的人不是如此呢）来说，我们需要掌握更丰富、更有效的成交技巧，需要知道以怎样的态度去表现、用怎样的方式去与客户交流才能赢得客户的认同，需要知道怎样把那些曾经与竞争对手打得火热的客户拉到自己身边来……

我们需要掌握更多的知识和技巧，当然还有真诚与客户保持合作的热情态度，本书告诉我们如何能够做到这些。书中并没有告诉我们在每一次销售活动中的每一个环节都应该采取怎样的措施，事实上，即使有人面对面、手把手地指点我们在每一次销售活动中应该按照怎样的步骤和流程去做，在真正的销售实践中，这样的指点往往经不起任何考验。我们要做的是充分领会书中那些被无数实践证明的真理，同时把书中介绍的相关技巧进行融会贯通，并将这些技巧科学合理地运用于实际销售活动当中，不要让他们成为“死内容”，而成为帮助我们与客户实现成交的好帮手。

无论如何，我们都要记住：实现成交不能靠运气，要靠不怕拒绝的勇气、真诚的态度以及合理的方法和技巧。总而言之，如果我们想要在销售的道路上走得更远、飞得更高，那我们就必须纠正过去的错误观念和错误态度，必须通过自己的勇气、耐心、信心以及能力技巧打开客户的心门，从而使自己的客户网络不断得到拓展，实现更大的成交量。

目 录

CONTENTS

第一章 了解并理解你的客户

- 技巧1 勇敢面对比逃避更有助于解决问题 3
- 技巧2 对客户拒绝进行换位思考 8
- 技巧3 接受拒绝才有机会成交 13
- 技巧4 挖掘藏在拒绝背后的隐情 17
- 技巧5 弄清你的客户最关心什么 23
- 技巧6 反对意见往往是成交的前奏 28
- 技巧7 任何时候都不要与客户进行争论 32

第二章 打好与客户的第一次交道

- 技巧8 不要因为你的原因错失成交机会 39
- 技巧9 见客户之前做好方方面面的准备 44
- 技巧10 如果你吃了“闭门羹” 49
- 技巧11 创造融洽的交流环境与氛围 54
- 技巧12 与客户形成良好的互动关系 59
- 技巧13 了解并充分展示产品的魅力 64

- 技巧 14 给客户留下良好而深刻的印象 69
- 技巧 15 足够热情自信,但并不咄咄逼人 74
- 技巧 16 巧妙地谈论有关竞争对手的话题 80
- 技巧 17 与客户始终保持有效的联络 85

第三章 谈判:与客户实现成交的重要平台

- 技巧 18 请合适的帮手到谈判桌上 93
- 技巧 19 控制谈判的气氛与节奏 97
- 技巧 20 预测成交阻碍并准备相应的解决措施 103
- 技巧 21 引导客户做出成交决定 108
- 技巧 22 准确识别客户发出的成交信号 114
- 技巧 23 在合适的时机果断向客户提出成交要求 119
- 技巧 24 谈判桌上的“可为”与“不可为” 125
- 技巧 25 努力实现并充分体现与客户的双赢 130

第四章 被实践证明极为有效的成交技巧

- 技巧 26 “铺垫式”成交法 139
- 技巧 27 “支持客户反对意见”成交法 145
- 技巧 28 “本·富兰克林”成交法 149
- 技巧 29 “锐角”成交法 155
- 技巧 30 价格争议成交法 160
- 技巧 31 “预先框式”成交法 167
- 技巧 32 “忽视”成交法 173
- 技巧 33 保留余地成交法 179

第五章 成交结束,销售仍在继续

- 技巧 34 成交重要,回款更重要 187
- 技巧 35 有目标地推荐其他商品 193

- 技巧 36 做好售后服务 198
- 技巧 37 成交后仍然随时保持联系 204
- 技巧 38 搭建有效的销售网络 209
- 技巧 39 为下次成交做好准备 214

参考书目

第一章

了解并理解你的客户

- 技巧 1 勇敢面对比逃避更有助于解决问题
- 技巧 2 对客户拒绝进行换位思考
- 技巧 3 接受拒绝才有机会成交
- 技巧 4 挖掘藏在拒绝背后的隐情
- 技巧 5 弄清你的客户最关心什么
- 技巧 6 反对意见往往是成交的前奏
- 技巧 7 任何时候都不要与客户进行争论

客户似乎总是对我们及我们的产品存有较强的防范和抵触心理,他们会想方设法地躲避与我们的见面,然后又会在面谈过程中寻找各种理由拒绝购买……客户的种种表现似乎都在告诉我们:他们对我们的产品没有需求,我们的产品在很多方面都不符合他们的要求,最后的结果终究会指向失败!

失败的结果当然不是我们的所愿。事实上,失败的结果常常并不是客户的苛刻和挑剔造成的,而是由我们消极的思想和对客户肤浅和片面的认识所造成的。美国一位著名的推销员指出:“推销的 98%是对人的理解,2%才是对产品知识的掌握。”只有理解了自己的推销对象,才能有效地推销产品。我们必须深入而全面地了解并理解客户,并且能够以积极的心态经受住客户对我们的种种考验。如果能够做到比客户自身更了解客户,能够在销售过程中对客户始终保持真诚的理解,并且能够解决他们所担心的所有问题,那么实现成交便不再是可望而不可即的事情。



技巧 1

勇敢面对比逃避更有助于解决问题

一点忠告 如果不经历足够的客户拒绝,那么我们的销售技巧将无从得到充分锻炼。事实上,如果客户连拒绝都不屑于对我们表示的话,那我们简直对他们无从下手。

1. 所有的销售过程往往都伴随着反对的声音

当你听到一位销售人员将一把斧头卖给美国总统的时候,你是否感到十分惊讶,同时可能会忍不住发出惊叹:“这个家伙真是一个天才!”或者你会说:“他真是一个幸运的家伙!”

能够想到将斧头卖给总统的人从某方面来说的确可以称为“销售天才”,他们能够将看似不可能的交易完成,这也确实比其他销售人员更加幸运。可是所谓的“天才”和“幸运”其实都是建立在被拒绝、被抱怨的基础之上的,很少有轻轻松松、一锤定音的交易过程,也从来没有在一帆风顺的客户联系过程中取得巨大成就的销售天才。

那些被称为最优秀的销售人才们无不拥有无数次被客户拒绝的经历:

在日本,被称为“推销之神”的保险推销员原一平在拜访一位客户



skills for sign a contract

与客户成交的N个技巧

时,曾经到客户家中20余次而被拒绝进入家门;他曾经在一天之内连续访问了十多位客户都遭到了拒绝,而第二天他依然会精神十足地出现在客户面前。

被称为“全美最出色的推销员”乔·吉拉德曾经在与一位客户保持了三年多的联系之后才获得订单,而这位最初对乔·吉拉德严词拒绝的客户竟然为他带来了三十多位客户。

被称为“全球第一金牌销售员”的雷德曼曾经说过,“推销,从被拒绝时开始”。在这位全球知名的保险推销专家看来,一名推销员如果因为听到客户的几句拒绝就轻易放弃,那么这样的推销员在推销事业上恐怕很难有光明的前途,这种轻易放弃的行为对公司的销售量和利润来说也是极其不负责任的。

遭到客户拒绝对于销售人员来说是再正常不过的事情了。与那些业绩平平的销售人员相比,所谓的“销售天才”在面对无数次的客户拒绝时,从来没有想到逃避和抱怨,他们做得更多的是对客户的拒绝表示更多的理解,并且能够正确看待客户的拒绝,从而找到与客户达成交易的突破点。每当遭遇拒绝时,那些推销能手们并不会一走了之,而是根据不同的客户特点和环境需要想方设法地拉近与客户之间的心理距离,并设法了解客户的真实需求。推销高手们一贯使用的方法是,即使被拒之门外,也毫不退缩,反而充满自信并不缺少礼貌地告诉客户:“您只要听我说最后几句话,就不会失去一次为公司创造效益的方法”;或者他们会诚恳地对客户说:“只要给我5分钟的时间,就等于给我一次机会,同时也为您增加一次机会”,等等。

在推销领域,客户的拒绝、抱怨和投诉几乎充斥于任何一个环节当中。客户在不了解其对产品的需求之前,或者在其不了解你所销售的产品能为其带来的好处之前,他们一心想的只是怎样保住口袋里的钱。所以,面对推销员,客户会凭借直觉首先予以拒绝。我们无法让客户从一开始就对我们的到来表示欢迎,并对我们的产品表示出强烈的兴趣,这一点,任何一位准备从事推销工作或者正在从事推销事



业的人都应该保持十分清醒的认识。身为一名推销员,我们必须要在每一次推销活动之前都提醒自己:客户提出拒绝是十分正常的,也是十分必然的,而且客户随时随地都可能提出对产品或推销员的反对意见。

既然客户拒绝几乎无时不有、无处不在,那我们是否就要听之任之呢?当然不是,虽然我们不可能令客户从一开始就喜欢上我们的产品,并且表现出强烈的购买欲望,可是我们却可以通过自己的态度、表现和行为技巧逐步消除客户最初的警惕心理,增强他们对我们自身以及所销售产品的认同,从而达到成交的目的。

2. 逃避和恐惧永远不是最有效的解决办法

面对客户毫不留情的拒绝和抱怨,如何逐步消除客户对我们的警惕心理?如何改变客户对我们的不友好态度?若想实现交易成功,那就要找到更合适的解决办法。虽然我们不能找到一种简单易行、放之四海而皆准的最有效方法,可是我们必须清楚:逃避和恐惧永远不是最有效的解决办法,它只是懦弱者的临阵脱逃的表现。

面对客户满脸不耐烦的拒绝,碍于颜面,很多缺乏经验的推销人员都会感到难堪,甚至会感到不知所措,于是便选择了逃避,也许在他们看来,逃避似乎比直接面对种种尴尬和难堪更轻松得多。可是,认真想一想,当我们为了片刻的“轻松”而轻易放弃眼前的推销机会时,我们将不得不面对更为沉重的业绩压力。如果不能勇敢地面对来自客户的拒绝,就不会有任何业绩;如果没有业绩,那么公司就会遭遇巨大的生存压力;当公司遭遇巨大压力时,这种压力势必会转嫁到我们身上,到时候恐怕连饭碗都难以保住了。

其实这是一个很简单的道理。客户的拒绝靠逃是逃不过的,即使今天仓皇逃避后不必面对客户拒绝,可是明天客户一样会提出拒绝……只要存在推销,客户的拒绝就不会停歇。所以说,如果想要推销成功,那么就要勇敢地面对无处不在的客户拒绝,当然,在鼓足勇气之余,还应该正确看待并深入理解客户的拒绝行为。大多数时候,面对



skills for sign a contract

与客户成交的N个技巧

客户拒绝时勇气越充足,对客户的拒绝理解得越深刻,推销成功的可能性就越大,反之亦然。

无论选择怎样的方式、方法去转变客户坚决拒绝的态度,至少我们应该勇敢面对他们的拒绝。克服自己的恐惧心理,勇敢面对客户拒绝,这是销售人员实现成交的过程中要过的第一关。

在日本保险业很有名气的保险推销员齐腾先生是一位勇于面对挫折的优秀推销员。他向五十铃汽车公司推销企业保险的故事常常被用来鼓舞那些刚刚入行的销售人员:

在齐腾先生向五十铃汽车公司推销企业保险之初,他曾经连续拜访两个多月都没能见到该公司的总务部长。每一次齐腾先生来到五十铃汽车公司时,前台小姐都会告诉齐腾“总务部长正在开会”、“总务部长工作很忙”、“总务部长不在公司”等等。直到他坚持去了两个多月之后,才终于有了和总务部长面谈的机会。可是第一次面谈几乎刚刚开始就被总务部长的拒绝打断了,他告诉齐腾:“我们公司是不会购买这种保险的,请你迅速离开!”

齐腾几乎是被总务部长赶出办公室的,当时的情景十分狼狈。这令齐腾感到有些委屈,可是他并没有因此而放弃。第二天,他又向部长提交了一份更加完善的方案和资料。可是总务部长同样拒绝了齐腾,他说:“我们公司根本就没有必要花一大笔费用购买这种保险,请你以后不要再来了。”

齐腾并没有因为总务部长的严词拒绝而放弃,而是在今后的三年多时间里一直与总务部长保持联系,先后与总务部长进行过300多次面谈。最后,该公司终于向齐腾购买了企业保险,而且这份保险的数额是当时齐腾所在的保险公司最大的一份。

拒绝、抱怨和投诉几乎存在于推销过程中的任何一个环节,即使是“天才推销员”也必须接受这样的事实。那些在推销领域做出巨大成就的推销员并不是“幸运”地比其他人更少遭遇客户拒绝,事实上,他



们遭遇的客户拒绝远比我们想象得要多。他们之所以能够创造出比普通销售员更大的成交量、更高的销售业绩,恰恰是因为他们与拒绝自己的客户保持长期的联系,同时他们能够比普通销售员更加勇敢地面对客户对我们表现出的所有不满和不理解。

每一次交易都是建立在被拒绝和勇敢面对的基础之上的,若想实现更大的成交量,首先就要勇敢地面对客户拒绝,任何一位成功的销售人员都是从接受拒绝开始的。

专家提醒

➤ 只要存在交易行为,就会有客户的拒绝、抱怨和投诉相伴随,对于这一点,从事销售工作的人们必须要有十分清醒的认识。

➤ 如果因为害怕客户拒绝而放弃与客户进行联系,那么无论多么紧俏的商品都不会从你的手中成功销售到客户手中。

➤ 只要你选择了销售工作,那你就必须选择积极地面对客户毫不留情的拒绝和他们对产品的相关抱怨和投诉,逃避将使你永远无法和他们实现成功的交易。

➤ 在每一次销售活动之前,都告诉自己,客户一定会提出拒绝,这很自然,重要的是你以怎样的态度对待他们的拒绝;再根据你对客户的认真分析,提前对客户可能提出的拒绝理由进行预测,这有助于你在销售活动中更加得心应手地进行处理。

