

Cannot Refuse

赵永进◎著

相信自己没有什么不可以

人生最大的困难是……战胜自己；

成功最大的障碍是……克服恐惧；

相信自己，全力以赴，成功从这里开始！

无法抗拒

催眠式销售



中国市场出版社
China Market Press

销售教练专为
中国企业复制顶尖
销售人员

——相信自己没有什么不可以——

无法抗拒

Cannot Refuse

——催眠式销售——



中国市场出版社
China Market Press

图书在版编目(CIP)数据

无法抗拒:催眠式销售/赵永进著. - 北京:中国市场出版社,
2005.12

ISBN 7-80155-918-5

I. 无... II. 赵... III. 销售学-技术培训-教材
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 086783 号

书 名: 无法抗拒:催眠式销售

作 者: 赵永进

责任编辑: 宋 涛

出版发行: 中国市场出版社

地 址: 北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼 (100837)

电 话: 编辑部 (010) 68034118 读者服务部 (010) 68022950
发行部 (010) 68021338 68020340 68024335 68033577

经 销: 新华书店

印 刷: 河北省高碑店市鑫宏源印刷厂

规 格: 787×1092 毫米 1/16 13 印张 210 千字

版 本: 2006 年 1 月第 1 版

印 次: 2006 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-80155-918-5/F·613

定 价: 21.80 元



赵永进

新一代团队激励讲师

催眠式销售教练

现任多家公司特邀讲师及营销顾问

多年致力于企业员工培训及行销策划，
专长于成功激励、巅峰销售、潜能开发、团队
建设、服务营销等训练，在保健品、房地产、
汽车、保险、美容、广告、食品、旅游、大学
及营销服务业演讲训练近千场。

著作

《原来如此》、《无法抗拒——催眠式销售》。

协助的团队

北汽福田公司、中原油田、宝迪沃集团、颀睿
基业化妆品公司、中脉科技、昆朋之晨、天津
健龙集团、海岸航空公司、先英时代科技发展
公司、百莉企业、四环保健品、华邦食品、天
天假日、世纪都市、上行透式、中国人寿、泰
康人寿、新华人寿、平安保险公司。

经典培训课程

《无法抗拒——催眠式销售》、《超人之路——团
队潜能开发与激励》、《你是最棒的——成功的
思维方式训练》、《顶尖商务演讲训练》、《高品
质沟通》

联系方式

010-86278886 13911051336

E-mail: kenzhao5108@vip.sina.com

- ▲ 如何突出产品的优势，唤起客户购买的美好感觉；
- ▲ 如何了解客户的心理，解读客户的购买信号；
- ▲ 如何解除客户的种种抗拒，让成交自然发生；
- ▲ 如何提升服务的品质，赢得客户更多的转介绍；
- ▲ 如何克服销售的恐惧，激发内心潜能，产生超级行动力；
- ▲ 如何利用潜意识力量，迅速达成自己的销售目标；
- ▲ 如何有效激励自己，始终保持成功销售的巅峰状态。

书中有很多具体的实际的案例分析，和实战性的成交话术，每一个接受训练的营销人员，都会掌握最具影响力的销售说服技巧，焕发超强的行动力。

培训虽然很贵，但不培训的代价会使公司付出更多，没有训练的业务员是公司最大的成本。这些没有经验的业务员，不仅得不到客户的信赖，更会给市场造成不好的影响。同时，我们的竞争对手在不断接受更有效的销售训练，占领更多的市场。建立一支具有超强战斗力的营销团队，才是企业制胜的关键，不然你就等着被市场所淘汰吧。

学习是为了使用，使用是为了更快达成目标。当你拿到这本书的时候，充分领悟书中的技巧和观念，并立刻用在自己的工作当中，会迅速提升你的成交说服能力，使你更加热情并充满活力。

成功者找方法，失败者找理由，停止抱怨，马上行动，成功没有任何借口。相信自己，全力以赴，所有美好的事情都将发生在你的身上。

朗讯科技（中国）有限公司
人力资源总监 孙贺影

永进老师是我相交多年的挚友，具有丰富的销售实战和教育训练的经验，是一位热情、充满活力的行销教练。《无法抗拒》是赵老师近十年成功销售经验的总结和向世界顶尖销售大师学习创造非凡业绩的心得。通过这本书，你会悟到行销的道和术，最终成长为一位高绩效高收入的销售精英。

运用书里的技巧和方法，您将学会如何把自己和团队激励成超人，如何大量快速有效地实现陌生开发，如何赢得客户的信赖，如何抓住客户的兴趣、引导客户的注意力，如何激发客户的购买欲望，如何有效化解客户的抗拒，最终达到双赢式的缔结成交。

这是一整套非常系统且实战性超强的销售训练教程，是一部训练销售精英的成功心法。

诚如国际营销大师菲利普·科特勒在《国际营销》一书的序言中所说：“每一本好书都是一个开端，而不是终结……”《无法抗拒》使你的人生从此与众不同！Let's go！让我们一起在巅峰相会！

世界第一保龄球馆 北京工体 100 钰泰集团

首席总监 罗雪峰

Cannot Refuse

这样介绍产品最有效	(41)
一定要有绝对竞争优势	(43)
用客户喜欢的方式沟通	(44)
参与才会主动, 体验才有感受	(46)
销售高手都是构图专家	(48)
让客户一看到产品就高兴	(51)
销售魔法词	(52)

第四章 认识人了解人你将无所不能 (57)

找出客户向你购买的理由	(59)
了解客户的购买价值观	(61)
找到客户心中的那棵“樱桃树”	(63)
NEADS 和 FORM 公式	(64)
没有痛苦的客户不会买	(65)
客户买的是感觉	(68)
感觉改变了, 需求就产生了	(70)
攻心为上	(71)
24 项客户的期待	(74)

第五章 成交总在五次拒绝后 (77)

害怕被拒绝是你的心态有问题	(79)
转换定义, 克服恐惧	(81)
认同别人才有机会肯定自己	(83)
与客户永无争辩的秘诀	(85)
解除客户抗拒的八个步骤	(87)
解除客户抗拒的十种方式	(87)
有效应对客户的八种借口	(91)
如果客户说“太贵了”	(93)

第六章 怎么说比说什么更重要 (99)

引起客户的兴趣是所有销售的开始	(101)
-----------------------	-------

看到你就能做到	(150)
利用潜意识的能量迅速达成自己的目标	(151)
大胆承诺，成功指日可待	(153)
说什么你就是什么	(154)
心理预演使你梦想成真	(157)
运气总是降临在愉悦者的身上	(159)
心想事成的宇宙定律	(160)

第十章 成功决定于 100% 的态度 (165)

一个有强烈决心的人将无所不能	(168)
无所畏惧，才会勇往直前	(170)
生于贫穷并不可耻，死于贫穷才是悲哀	(173)
信念的大小决定成就的大小	(177)
你是最重要的一位客户	(179)
金钱长在你的心智上	(181)
与众不同才会脱颖而出	(183)
事情没有大小，关键你是否用心	(185)
读一百本书，不如跟着成功者做一百次同样的动作	(187)
在最短的时间采取大量的行动	(189)
销售成功最伟大的秘密	(191)

后记 (193)

第一章 永远没有第二次机会

现在，人们的工作节奏越来越快，当你在拜访客户的时候，客户没有太多的时间来了解的你是一个什么样的人，很多人对你的感觉和认知都是通过短暂的接触来确定的，“以貌取人”是现代多数人的“通病”。

俗话说“先入为主”，客户的心就像快干的水泥，从他见到你的一刹那，就开始形成印象，并长久烙印在他心上。心理学家研究发现，七秒种的第一印象可以保持七年，一旦形成很难改变。每个人都会自然倾向于找更多的证据来确定他们已形成的结论，而不会去找证据来反驳它。不管你是否愿意，第一印象总会在以后的决策中起着主导的作用。

顶尖的销售人员在进门的那一瞬间，就可分辨出来。

——汤姆·霍普金斯

为什么第一印象如此重要？因为销售的关键就是建立起客户的信任感。客户最大的恐惧就是作出错误的判断，购买了不是自己理想的商品。第一印象会给客户一种直觉，使他认为面前的这个人是否可信。

销售的决胜点，在最初接触的 30 秒。如果你不能在 30 秒内的关键时刻中，消除客户对你的疑惑、警戒和紧张心理，你想继续进行销售，很难达到理想的结果。

在这第一个 30 秒钟内，我们除了能够让自己做到仪表的得体和态度上的礼貌、热情、坦诚，其他的几乎都来不及做。销售员必须通过完善的拜访前准备来给客户留下“瞬间的辉煌”。所以，我们一定要注意仪表，一站出去就是成功的样子，让客户眼睛发亮。若想高形象化，当然要从仪

表、服装、发型、配件、公事包，小至皮鞋、袜子都要仔细打点，任何一个细节的疏忽，如深色西装配一双白皮鞋、黑皮鞋里面配一双白袜子，都会造成无可弥补的损失。一旦被客户看“扁”，以后再怎么努力都没有用。相反，如果一个销售员看起来神清气爽，格调高雅，眉宇间透露着自信的神采，让人有乍见之欢，那此单生意基本已经确定——良好的开端是成功的一半。

要想给客户留下成功的第一印象，就要有良好的专业形象，客户愿不愿意跟你购买，在初见的一刹那，心中早已决定。

这是一个两分钟的世界，你只有一分钟展示给人们你是谁，另一分钟是让他们喜欢你。

——罗伯特·庞德

要想给客户留下难忘的第一印象，就要事前把给客户的印象设计出来，因为给客户的印象永远没有第二次机会。你希望客户能够产生怎样的情绪？希望被客户看成是一个怎样的人？假设客户走进会客室，和你见面几秒钟，然后又回到办公室把你形容给另外一个人听，你希望客户会使用怎样的字眼来描述你？

你要事先把你想要给客户的印象设计出来，写在一张纸上，每天反复看，并且问自己：“我每一天可以做哪些事情才能符合这样的印象？”当客户提到你的时候，他会说些什么？是对你的好评多，还是不好的印象多？良好的印象还可能会造成客户大量的转介绍，使客户主动上门。

第一印象在第一时间形成，没有机会从头再来，所以，第一次与客户见面要注意以下几点：

- (1) 保持干净、清爽的仪容。
- (2) 面带微笑、语调愉悦、神采奕奕。
- (3) 亲切地招呼对方，笑容要开朗愉悦。
- (4) 让对方从你的第一句话，体会到你的真诚。
- (5) 稳稳地握住对方的手。
- (6) 言谈举止充满自信，不卑不亢。

在心理上提示自己表现得要如同自己的服装一样出色。形象是演出来的，明星是被塑造出来的。“你想成为什么人就穿什么衣服，而不是你是什么人就穿什么衣服。”

大多数不成功的人之所以失败是因为他们首先看起来就不像成功者。或者根本不知道什么是成功，当成功的机会到来时，他们不知道如何把握成功。

——罗伯特·庞德

据调查，深蓝色西服、白衬衣被认为是最可信的搭配，是走遍世界不出错的商业标准制服。这也是为什么蓝白色最常用于企业公司制服的原因。

乔·吉拉德说：“一个人的外在形象，反映出他特殊的内涵。倘若别人不信任我们的外表，你就无法成功地推销自己了。”

穿着成功不一定保证你成功，但不成功的穿着保证你失败。你所穿戴的每样东西，在别人看来，都是你向世界宣布你真正是怎样的一个人。当有人说：“人不应该用外表评断他人。”他们是在否认现实。事实上，依据你的衣着品味，你已经公开地邀请别人来评判你。因此，你一定要小心谨慎地选择穿着。

永远不要相信一个穿着破皮鞋和不擦皮鞋的人。

——华尔街俗语

永远要为成功而穿着，为胜利而打扮。在美国的一次形象设计调查中，76%的人根据外表判断人，60%的人认为外表和服装反映了一个人的社会地位。穿得像个成功的人，就能让你在各种场所得到的尊敬和善待。在现代社会中，服装是一个人社会地位、经济状况、内在修养及气质的集中体现。人类是视觉的动物，客户根据你的衣着风格来决定你的可信度和能力。请记住，你给别人留下的第一印象，90%以上都是别人依据你的衣着得出的。

我们都知道以貌取人是不对的，但任何人都免不了以貌取人。我们都

