

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
中国企业复制而生
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——

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、勰睿基业化妆品公司、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、上行逐式、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

推荐序一

随着中国入世，市场的竞争越来越残酷，无论你是声名显赫的跨国企业还是创业不久的小公司，都要在市场当中经历客户的考验和挑选，如果客户不喜欢你或你不能满足客户的需求，你就会被市场淘汰。所以，如何赢得客户的信赖，如何满足客户的需求，对每个企业来说都是最重要的。

在产品越来越同质化的今天，企业的营销策略越来越发挥着重要的作用，而面对面的销售就是企业营销中非常重要的一个环节。

如何与经销商更好的沟通从而赢得经销商对企业和产品的认同，如何向消费者介绍产品的优势，让客户认可并达到成交的目的，取决于销售人员有效说服和成交的技巧。

日本推销之神原一平说：“一个公司最大的浪费，就是没有说服力的营销员，他们可能每天都在得罪你的客户，在减少公司的营业额和利润。”所以，作为一名企业的职业经理人，如何训练企业的销售人员，让他们拥有一流的说服能力和最有效的成交技巧，并具备与企业价值观一致的积极信念，是当前企业发展最重要的策略之一。

赵永进是我多年的朋友，主要从事企业营销人员的销售技巧和心态建设的训练，《无法抗拒》是他多年从事销售和培训经验的总结。你可以把这本书作为培训企业销售人员的一本教程，在这本书里您将会学到：

- ▲ 如何利用心境的力量，调整自己的状态；
- ▲ 如何快速进入客户的频道建立亲和力，赢得客户的信赖；
- ▲ 如何掌握快速表达的技巧，在最短的时间内抓住客户的兴趣；
- ▲ 如何运用有效的提问说服技巧，引导客户的思维达到成交的目的；
- ▲ 如何利用肢体语言的力量，发挥你的超级影响力；

- ▲ 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；
- ▲ 如何利用潜意识的力量，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

推荐序二

入对行改变命运，跟对人飞黄腾达。几年前，我进入钰泰集团这样一家大型中外合作企业，从一名业务代表做起。公司优秀的员工训练，激发了我销售的热情，我带领上千名业务精英，在吉尼斯世界第一工体 100 道保龄球馆未开业的情况下，竟然销售了几千张会员卡，销售额超亿元，创造了业界销售的神话，个人和团队销售业绩一直保持并不断刷新纪录。

经过长期的营销实战和一系列的教育训练，我学会了如何激发无穷的心灵潜能，唤醒心中的巨人，打破心理惯性，保持巅峰状态，随时扣动心灵的扳机，同时激励团队成员保持旺盛不懈的斗志，创造巅峰绩效。所以，学习成长对于一个人事业的成功至关重要。在此特别感谢钰泰集团杰出的企业家黄朝扬总裁、黄朝睦总经理、潜能大师范文议先生等生命中的贵人，他们卓越的领导风范、白手创业的远见卓识对我的影响异常深远。

营销领域是许多人快速成长、成功致富的捷径。从事营销工作，我们可以赚到“三本”：本钱，你人生的第一个 100 万，资本的第一桶金；本事，个人沟通、说服、销售、领导的技能；本人，大量优质的人脉资源，个人的成就与你的人际关系成正比。

今年元月美国《财富》杂志卷首语：在未来 15 年内，全世界各大公司高级领导的角色将由现在市场的销售人员来扮演担当。超强的销售说服能力是所有人成功致富的关键。

很多销售人员之所以在能力和业绩上没有很大的突破，主要原因是没有领悟销售的道和术。

一直期许能有一套符合现在营销市场的成功销售训练教程，激励中国 6000 万的销售精英创造更加辉煌的业绩。很庆幸如今它就在你的手上。赵



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、充满活力的行銷教练。《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，你会悟到行銷的道和术，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





目 录

推荐序一

推荐序二

第一章 永远没有第二次机会 (1)

- 看起來就像顶尖销售员 (3)
- 三三三原则 (5)
- 魔鬼藏在细节中 (7)
- 状态决定结果 (10)
- 没有热情你会打动谁 (12)
- 你的笑容价值百万 (14)
- 让你的眼睛作更有效的交流 (16)
- 你必须知道的行为礼节 (17)

第二章 喜欢你，才会相信你 (19)

- 投其所好才会如你所愿 (21)
- 让自己看起来像行业的专家 (22)
- 只有同流才会交流 (23)
- 镜面映现技巧 (24)
- 语言同步 (26)
- 倾听才会赢得信任 (28)
- 赞美不停鼓励不断 (30)
- 有证明不一定相信，但没有证明肯定怀疑更多 (34)

第三章 卖好处不要卖产品 (37)

- 成功销售五问 (39)



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)



30 秒决定成败	(102)
变化重于一切	(104)
成不成交，关键在问	(106)
问对问题赚大钱	(108)
利用开放式问题了解客户的需求	(110)
利用封闭式问题引导客户的思维	(111)
利用选择性问题明确结果	(112)
利用反问掌握主动	(113)
七加一法则	(114)
快速成交的七个问题	(116)
第七章 不要求，你便一无所获	(119)
没有准备，你就是在准备失败	(120)
解读客户的购买信号	(122)
消除成交的心理障碍	(124)
请给我百分之百的保证，让我放心	(125)
没有意识的说服才是真正有效的说服	(126)
20 种绝对成交技巧	(128)
成交后，完美撤退	(133)
第八章 人脉就是钱脉，人脉始于联系	(135)
成功等于客户满意度	(137)
被你感动的客户，才是你最忠诚的客户	(139)
服务一定要超出客户的期望	(140)
为客户提供更多的附加值	(141)
服务要有系统和标准	(142)
只要你够朋友，你就能找到朋友	(143)
送礼要送到点上	(144)
第九章 成功不是靠推销而是靠吸引	(147)
“为何”比“如何”更重要	(148)

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)
在最短的时间采取最大量的行动	(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，七秒钟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一个印象？”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。

看起来就像顶尖销售员

在销售中，客户最先接触的就是你这个人，客户对你销售的产品及企业的感觉，取决于你给客户留下怎样的印象。

客户必须先对你感觉到舒适，才会认真和你交往。假如客户觉得你的穿着很碍眼，就不太可能想听你说话，甚至不会把你当成一回事。他们会因为你的外表而分心，对你想传达的销售讯息充耳不闻。拜访结束时，客户会敷衍地谢谢你的拜访，然后就送你出门，且绝对不会再和你见面。

服装建造一个人，不修边幅的人在社会上是没有影响的。

——马克·吐温

“工欲善其事，必先利其器”，有的销售人员认为在形象上投资是一种浪费，其实不然。社会越来越进步，时代节奏越来越快，人和人之间的距离却越来越远，在与客户短暂的接触过程当中，客户没有时间也没有必要去研究你是一个什么样的人。客户对你的唯一印象就是你的外在和你的言行举止对他的影响。如果销售人员穿着不当，就会分散客户的注意力，而集中在你的服装上。客户就会想：“这个人连穿着都没有概念，又怎么会有能力跟我做生意呢？”

你的服装无时无刻不在帮助你与人交流，你在穿上服装之前应先想一想你要给客户展示一个什么样的形象和个性，你穿着的第一目的不是为了自己的舒适，而是为了创造一个你渴望的、有利于事业成功的形象。

一位知名的形象专家说：“形象如同天气一样，无论是好是坏，别人都能注意到，但却没有人告诉你。”服装是自我展示和表现成就的工具。我们在购买任何一种产品的时候，都喜欢和有经验并很优秀的人交流，因为他们会给我们提供更好的建议或更有价值的建议。而穿着成功就会给人信任和专业的感觉。

越成功的人，越注重自己的社会形象。在外形上接近成功者是自己在思想上和行动上走向成功的关键的一步。优质的服装有强烈的暗示作用，

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：“人不应该用外表判断他人。”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的社会地位。穿得像个成功的人，就能让你在各种场所得到尊敬和善待。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

知道第一印象往往是不准确的，但我们却总是根据第一印象对他人作出判断。要想赢得客户的信任，一定要让自己看起来像个成功者。因为每个人都喜欢和贫穷失败的人打交道。

你的自我形象决定你的业绩，决定你的收入，决定你的事业发展，决定你一生的命运，也决定了你这一辈子会不会成为一个成功者。

三三三原则

三三三原则即 30 分钟的准备；3 秒钟的印象；3 分钟的表达。

在拜访客户之前的 30 分钟，一定要作好充分的准备，尤其是自己的个人形象，从头到脚没有任何让客户看“扁”的地方。一定要在镜子前精心地打扮自己：头发是否整齐，衬衣是否有褶皱，裤子是否有印痕，皮鞋有没有擦亮，身上有没有异味，牙齿是否洁白，脸上有没有成功的自信和轻松的微笑，自己像不像最优秀的销售人员。自己的皮包是否擦干净，皮包里面所有关于销售的资料是否带齐。一定要记住：每次销售成功的概率和前期准备的程度成正比。每一个细节的疏忽都可能造成销售的败局。

未经斟酌的行动是一切失败的归因。

——李嘉诚

在见到客户的 3 秒钟，你会给客户留下难以磨灭的第一印象。第一印象一旦形成就很难改变，客户会在以后和你谈话的过程中寻找更多的证据，来印证自己对你的第一印象的正确性，无论是好印象还是不太好的印象。所以，在见到客户的一刹那，你要调动全身每一个细胞，展现你的睿智和热诚，使你看上去就像一个成功自信的销售人员。

为了调整自己的状态，我每次在走进客户的办公室之前，都会问自己几个问题：我现在的状态给别人什么样的感觉？如果给对方最好的感觉是 10 分，我现在是几分？如果是 5 分，我就会问自己，如何做才会使自己的状态达到 10 分？只有当自己变得百分之百地自信并感到非常兴奋的时候，我才会神采焕发地走进客户的办公室。在客户见到你的一刹那，虽然只有