



成交的 密码



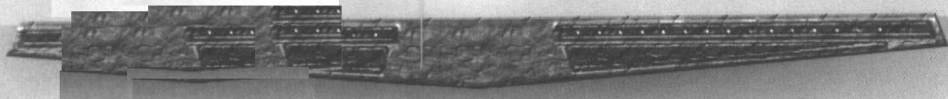
CHENG JIAO DE MI MA

晓 炜 编著

世界顶级销售专家

汤姆·霍普金斯的成功推销法
——一线销售员的金科玉律

廣東省出版集團
廣東人民出版社



成交的 密码



HENG JIAO DE MI MA

王晓炜 编著

世界顶级销售专家

汤姆·霍普金斯的成功推销法
——一线销售员的金科玉律

廣東省出版集團
廣東人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

成交的密码 / 晓炜编著. —广州: 广东经济出版社,
2006.1

ISBN 7-80728-182-0

I. 成… II. 晓… III. 销售-基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 132176 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	湛江日报社印刷厂 (湛江康宁路 17 号)
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	9 2 插页
字数	154 000 字
版次	2006 年 1 月第 1 版
印次	2006 年 1 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 7-80728-182-0 / F·1333
定价	20.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: (020) 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市东湖西路永胜中沙 4-5 号 6 楼 邮政编码: 510100

(广东经世图书发行中心) 电话: (020) 83781210

营销网址: <http://www.gebook.com>

·版权所有 翻印必究·

代序：“冠军推销员”的通行证

汤姆·霍普金斯

(Tom Hopkins)

欢迎你们和我一起来学习，不管你们是从事什么样的工作，我都希望你们能全身心地真正地参与进来。如果你们听后觉得幽默滑稽，你们可以笑出来；如果你们对我讲的某件事感到振奋高兴，你们尽管大胆地表露出来。我接下来要向各位提供一套标准的销售流程，它在我身上已得到了成功的验证，这也就是我正在尝试的一种大胆的教育经验。

我演讲的目标就是要增进你们的销售效率和技巧，当然，也要使你们增加收入。我接触过各行各业大量的销售人员，他们中有房地产、保险、汽车、广告业、IT业等各个行业的销售员，他们都很需要来学习这门技巧。在我开始进入演讲主题之前，我首先要让大家了解，我设计的演讲是一个颇具独特性的训练：我会先教各位一些基本的原则，使你们能够在推销产品或者是在做服务的时候做到得心应手！

我能够做好一件事，就是将你们训练成为顶尖的销售人员，这也是我设计的这次演讲的最终目的！

你能在任何行业中销售

对于每一位从事销售的人员，我首先要让你们一定先了解什么才是当今销售人员所谓的“专业素养”。

相信你们早就听到过这个字眼，我深信“专业素养”对销售业来说至关重要。我公司20多年来一直致力于改善专业销售的整体形象。当你提到销售人员时，有些外行人会把他称之为“推销员”，当然，也有许多人会因此对他们敬而远之。事实上，很多人被问到对于“推销员”这个字眼的感觉时，他们马上会回答说：“那是一些非常咄咄逼人、非常有攻击性、非常强势的人！”我开宗明义要说的是，如果你想成为一位优秀的销售人员，其实你并不需要改变自己的性格，你甚至可以运用自己的个

性、脾气、信仰体系，换句话说，你可以无所顾忌地做你自己。但是，如果你能考虑接受并且运用以下我谈及的这些观念，并使它成为你自己的一部分，你就能改进沟通的技巧以及给你的客户更好的产品和服务，你就能在销售领域中游刃有余、平步青云，直至获得成功！

值得一提的是，如今越来越多的人都在考虑进入这个行业。同时大企业的不断“减肥”导致许多人走上寻觅生计的第二程，这更促使更多的人想以推销作为新的职业。总而言之，众多裁员的事正在接二连三地发生，一部分人正准备自己再度创业，他们毫不犹豫地选择了推销行业。我们可以看到，现在是最好的时机，很荣幸你们现在可以来学习这个行业，成为推销界的专家。

要感到骄傲的是，因为当你了解这个行业，对于我们这个国家有多么重要的时候，你会为自己所做的一切感到无比兴奋。

我们先来谈谈最基本的原则。

为什么推销会是个很棒的事业呢？为什么你应该加以注意并且选择呢？

第一点，它提供了许多美好的事，首先让你有表达上的自由。

也就是说你可以做自己，你不必被套入某个模式，你完全可以使用自己旧的技巧、个性并且加以发展。我们的工作少数存在的专业之一，你可以自由做你自己的工作，究其本质，就是可以做你想做的事。经过成功的选择后，你为自己赢得的这份自由，需要足智多谋与坚忍不拔而且备受肯定。没有什么活动比销售工作在维持经济的健全上所扮演的角色更重要；也没有什么活动比销售工作更具有独立性与自主性。

第二点，这个行业只须投入少量的资金，而回报的可能性却非常的高。

如果你找一个已经证明很成功的大型加盟体系，必须先投资数万美元，然后你还要找一个好的地点展开，第一年，你一般只能期望小幅度的回收，第二年之后，才有可能赚大钱。在推销业中，我相信只要90天全力付出有品质的行动，按有品质的产能计算，你的财源就会滚滚而来，生活也会因此改变。

第三点，我对推销的另一个发现，就是它很有趣。

大多数的人都在做“朝九晚五”的工作，他们每天早上醒来，就已经知道这一天会发生什么事，他们都觉得生活很无聊，每一天都得前往相同的工作场所；有些人一整天的工作几乎是一成不变的。在推销行业

中，你从来不会知道哪一天究竟会发生什么事，你同意吗？你可能已经计划好了一天的行程，所有的事情都安排得非常紧凑。但是，可能突然会有个状况，将使你必须改变一整天的行程。事实上，这是非常具有挑战性的事业之一，它甚至可以让你在20分钟之内做好工作计划，也能让你在相同的时间内立刻作计划调整，很刺激吧？

第四点，就是它没有收入上限。

有人对我说：“我来上你的课已经好几年了，我也使用你的训练方法。你说这个行业没有收入的上限，但是，我在自己的公司里是一个顶尖的推销人员，却没有赚到我认为足够多的钱。”

我对他们说：“你所施展的推销技巧可以转换在任何的服务或产品上，所以，你如果已经觉得自己到了顶点并且无法突破，而你觉得自己又是最顶尖的销售员，你就应该对自己说，‘我能在这个行业中销售，就能在任何行业中销售’。”

改变，有时是一种成长的方式，在你未来的销售之路上，你会慢慢体会到这个行业为什么没有收入上限的道理，只要你能精通销售，你就一定能成为真正的高收入销售专家。

第五点，就是你会有很多机会认识新的人。

很多的人、有趣的人、了不起的人，这不是很棒吗？

第六点，它给你每日的挑战。

我有一个良师益友，在多年前告诉并教导我说：“销售嘛，是一种付出最少、收入最高的快乐工作。在我的生命中，我很幸运能有机会训练、教导、影响、培养出几位顶尖的推销人员。”推销人员的地位就在这，如果你想想他们所做的事，在各行各业的类别表当中，有从事医疗工作的，也有从事法律工作的，而在收入方面，我认识的几个顶尖的推销人员，他们所赚的钱真的比一些大企业的副总甚至总裁还多。

第七点，它让你有高度个人成就感。

销售工作非常具有成就感。当你看到你某个客户外出时带着你的产品，这种感觉是非常棒的。当你晚上回家时知道自己帮助了某些人，会让人非常兴奋，你可以说：“我让某人（或是公司）体验到了我公司提供的产品了。”

当某位执行人员或是高层职员接受了你的采购单，当你知道你帮助了哪些人或是组织实现他们的目标时，这会让人非常兴奋与满足的。你所服务的这些人，直接从你的能力与技巧上受惠。你在销售上越在行，

你对别人就施惠更多——你的客户、你的家人以及整个国家的经济。

第八点，它让你获得无限制的个人成长。

除了你自己，没有人会限制你的成长。如果你想赚得更多，就再学得更多。短期内，你会工作得比较辛苦；你工作的时间暂时也会比较长，但到最后你多付出的这些努力都会使你得到更高的收入作为报偿。

这个世界上大多数的人都有工作或是职业——但有很多人觉得，这只是一种生存方式而已——无法满足他们的潜能。他们的工作领域被限制在狭窄的范围中，他们的辛苦工作非但未能促进反而限制了自我的成长；他们对工作上一切的一切都不满意，除了因为熟悉所带来的安全感之外。因此，他们并未大胆投入未知但有可能喜欢的工作中，反而用已知但又极度不喜欢的工作绊住自己。

专业的销售人员了解到，除了因为自身诸多的限制之外，没有什么可以限制他或她的成长。他们知道自己永远可以再往更高一层迈进；他们知道自己的成长与本身的能力有直接的关系。他们对于未知只有一点小小的恐惧，因为克服未知是他们的例行工作。这就是成为专业销售人员最棒的事：它可以大幅激励你的个人成长。

挑战旧形态的专业推销理念

在专业推销以及我们今天正在设计的销售课程方面，有一个重点，我已经发现到。现在一种新形态的专业推销理念正在形成。我要提醒各位的是，销售人员如何能在 21 世纪成功？新形态的销售与旧形态的销售有许多不同，而你必须使它们成为你自己的一部分。如果你能成为客户想要与他做生意的那种人，你就能与他们有更好的关系。

第一，这些销售人员了解，客户会接受他们的产品和技术，主要是基于他们的热情和信念，而非技术知识或产品本身。

这点很重要。千万不要忘记！我们之中很多人所服务的公司，他们主要训练你了解产品的知识，他们要你如何回答技术层面的问题，这样子是很好。但是呢？我也认为你必须对自己的产品有信心，这样，才能够打动客户的心，使他们接受你的东西。你们当中有多少人相信自己的产品呢？有多少人认为，当你在向客户介绍产品的时候，他们也应该和你一样的兴奋？是因为，只要他们投资，那么就能获得与这项产品所需金额对等的甚至更多的好处。所以，你必须相信自己的产品，你现在还不相信，你还要等到何时才相信呢？你非但必须不断向自己推销，

而且你必须要对产品有感情，要为他们感到高兴，你必须要让客户看到你的脸上、眼睛里都写着：“我相信这个产品。”如果不相信，你没有必要向你们的顾客介绍，也不会花好几个小时试着帮助别人拥有它。有许多推销人员在做示范的时候，表现得很好，因为他们很兴奋。因此，除非你自己很兴奋，否则无法使别人兴奋起来，而除非你先有热忱，否则你无法使别人有热忱，因此你的兴奋会比所有的事实和技术层面更为重要。

第二，新类型推销人员的另一个特质，就是他们扮演专家顾问的角色，而非销售人员。

是的，我们是推销人员，我们为这个头衔感到骄傲！但是，由于害怕，由于我们许多人的错误观念，许多人对于“推销”以及“推销人员”这两个称谓都会有排斥感。所以我们不应该像一个刻板印象中的推销人员一样，换句话说，如果我们从路上随便找 50 个人来问他们：“当你想到销售人员这个字眼的时候，心中会想起什么样的话呢？你得到的形象是什么呢？”我想我们都会和他们所认为的想法一样，你具备顾问这个特质后不仅会使他们解除“武装”，或者觉得轻松，还能与他们建立长期的关系，这在今天很重要。

你必须让客户觉得你是他们的顾问，而不仅仅是销售人员而已。

第三，我们要培养很优异的倾听技巧。

我要再次强调“培养”这两个字眼，真不敢相信，在正规教育当中，我们被教导如何倾听的机会是少之又少，我们都是被教导如何说英语、写英语，不管写的是何种语言，我们都被教导文法和语句的结构，但是，在倾听的技巧上却很少受到正规的教育，你如果想要成为一位顶尖的销售人员，就要培养这种能力。因为我相信在今天，每位销售人员需要提高倾听的能力会比说话的能力来得重要，当然你也要精于发问，使之与倾听并驾齐驱。

如果能做到，你一定会在这个行业中非常成功。

第四，我们要致力于成为“感兴趣的内向者”，而非成为“有趣的外向者”。

请你们注意这两个词汇，“感兴趣的内向者”和“有趣的外向者”，哪一种比较适合做销售业务人员呢？有人会说，肯定是“有趣的外向者”，如果你要从事推销，就必须很会讲话，这样你一定会成大器，因为你很外向，很爱交际，是个天生的销售员。而这种极端，也就是“有趣

的外向者”糟糕的一点。他们喜欢成为引起别人兴趣的人，所以不会听取别人的建议。事实上，他们终其一生，有一种倾向，就是希望分分秒秒都在说话，他们喜欢控制谈话。不过别误会了，“有趣的外向者”，还是有人在行销方面表现得非常优秀。你们可能在自己公司碰到过这种人，但是，对于“有趣的外向者”来说，如果可以培养自己的倾听和发问的技巧的话，就能够有比以往更好的表现。这是因为，他们有不同的与人相处和共事的方法。而你们呢？可能有人会说：“我是‘感兴趣的内向者’。”这个意思就是说，你对其他人感兴趣，你也有一点内向。也就是害羞、怕生的意思。你不喜欢走到陌生人那里与他交谈。你也有点害怕打电话给陌生人、约时间去拜访。所有这些你认为在销售中是很正常的事，很可能在某种程度上使你敬而远之。

我要请你敞开心胸，如果你属于“感兴趣的内向者”，我可以与你合作，培养你，教导你发问的技巧，我宁愿教一个敏锐、诚恳的人，他一旦能掌握发问的技巧，愿意向别人敞开内心，我相信他的进步将会不可思议。我不会教一个想去控制别人、使唤别人做事的人。你愿意和哪一种人有长期的生意关系呢？咄咄逼人的人让你没有说话的份，或者是知其进退表示愿意帮助你作出适合你的事情的人，是哪一种呢？“感兴趣的内向者”呢？或者是“有趣的外向者”呢？你肯定会回答说是“感兴趣的内向者”，这也是我预料中的事，很好。同时，作为“感兴趣的内向者”需要培养这些技巧，这必须下一定的工夫。

有个人曾经写信给我说：“汤姆，这是我生平第一次在销售时谨慎地把握时间问客户更多的问题，我不对别人说任何事情，我开始体会到这真的是一种很有趣的生意方法。”

由此引出第五点，他们都非常有同理心。

同理心，就我的看法，这个词的意思是：“你有能力让别人知道你感受到他们的感受。”

“感受到他们的感受”，我认为，有人希望能说，这个人能感受到我所感受的，我不仅希望你们有设身处地为别人着想的能力，也希望你们借着培养这种能力而成功的时候，不会忘记羞涩的感觉，不会忘记有点怕生的感觉。因为我相信，你们终究会充满自信和服务的渴望而去介绍产品。但请带着敏锐，带着百分之百服务的诚意。

在同理心方面，我认为它也意味着专注于客户的需求，这是第六点。

你知道，如果不断在客户的需求上下工夫会让你有所不同吗？我曾

经去过卖车的场所，也和做保险的人谈过，也去过房地产业的办公室。我总是觉得，突然之间，这些业务员好像知道我要什么，为了要我购买，他们开始向我推销。我一走进去，他们就说：“哎，我有你要的车子。”而我只想：“你没有，闭嘴。”在这里我要提醒各位，你只要能够察觉别人的需求，而非只顾满足自己的欲望，就会使你与众不同，也会使你与他们有长期的关系。换句话说呢，作为一名销售人员，我会设身处地为你着想，我会从你的观点来看事情。当然，也别忘了这点：大额的成交不管多大，对你的客户而言，可能不会是他生命中最重要的事。即使，这可能是你一生中最重要的事，但是很多人都忘记了这点。

今天，我们要做的事情之一，就是要求你们不妨为此事做一次演习，也就是你一定要眼睛当中看到钱，因为你所交谈的对象不会突然之间就有种感觉，那就是你看着他们的时候，他们就代表汽车的付款，这会传达错误的信息。我要刚入行的人收入增加，过好日子的原因之一就是我的经验告诉我，你赚最多钱的时候就是你需赚最少钱的时候。也就是说，当你找到喜欢做的事情的时候，你会比较在乎服务以及客户快乐与否，你所获得的收入就会很多，这点很重要。就是你对服务、追踪、承诺以及建立长期的关系的思考，超过只是成交而已。

这在今天非常的重要。

第七点，他们不仅了解自己公司做事的方法以及各种产品，也了解对手。

了解对手是很重要的。没有竞争的产品，业务员就不会有什么价值。今天的销售行业，肯定是竞争比较激烈的行业，正因为这种激烈的竞争，才给了业务员大显身手的机会。

一个业务员，要想在激烈的竞争中获得胜利，光了解自己的产品与服务是不行的。中国的《孙子兵法》上说：“知己知彼，百战不殆。”对于一个业务员来说，你要面对的对手，不但是你的客户，还有你的竞争对手。

实际上，你的产品能不能卖出去，关键不在于你的产品能不能获得客户的认同，而在于你的产品与服务的性能价格比在你的竞争对手的竞争比拼中能不能获得胜利。

第八点，他们了解整个世界的状况。

有一个来参加我课程的人，对我做过这样的申明。我说：“你对自己竞争对手的了解，一定要超过他们对你的了解。你必须了解自己的优劣

点以及对手的优缺点，你才能打败对手，就像任何的运动竞赛一样。”

我们知道，一笔业务能不能拿下来，产品非常重要，业务员实际上比产品还重要。与你竞争的，不仅是对方的产品，主要还是对方的业务员。

有时候，你把对方的产品研究透了，对方的产品甚至还不如你们的产品好，客户用你们的产品对他们利益更有好处，但因为竞争对手的业务员非常厉害，他居然能打败你，拿下了这一笔业务，你是不是非常气愤呢？

说白了也没有什么好气的，这就是顶尖业务员的价值所在。你自己可能也多次依靠自己的个人魅力，把你的产品顺利地卖了出去。

如何才能人的竞争中取得胜利呢？

你要研究竞争对手的业务员。

我认识一个人，我仍然认同他所说的有关了解对手的事，他说：“我是第一名，全市第一名的药品业务员。”他拿出一张相片，说：“这是第二名。”我说：“你在说什么啊？”他说：“这个人是第二名，这是他的照片。我知道他做的每一件事。我每天早上醒来，我都帮他拍照。我说，‘我今天要打败你，你永远当不了第一名’！”那是一张大头照。我说：“你怎么拍到的？”他说：“我架好长镜头，在外面等。他一出来，我就拍下照片。”这虽然有点夸张，但是这点很重要。你必须了解你的对手，才能打败他们，你要做得比他们还好！你能提供给客户的资讯越多，就能给他们更好的服务。当然，如我前面所提，你了解对手的优缺点以及任何他们产品的瑕疵，或者是优点。在你做介绍的时候必须确保客户一直点头。

不要忘了第九点，它很重要，21 世纪的专业销售必须在穿着姿态以及讲解上展现信心。

书要看封面，马要看鞍，人要视其服饰和行为。在一个完美的世界里，这是不公平、不道德、不公正的。一个人的内涵要比这些表面的东西重要得多。但内涵并不是马上就体现出来的，要理解它必须有足够的时间，而在这段时间内，你已经失去了太多的机会。

当你一进门的时候，客户就在评断你。他们评断你的走路、外表、衣着。

有人问我：“汤姆，我要怎么穿衣服啊？”

我认为这要视情况而定。基本上，购买者所听从意见的人怎么穿，

你就怎么穿，这是大体上的原则。但是有另外一个大体的原则。因为有一些生意，是在家里做的。有些人做生意是靠电话，你必须依照和客户见面的地方，穿得和他们相似。如果我要卖灌溉设备给农夫，我就会穿得像一个成功的农夫。如果穿上做其他生意的服装就不行，因为他们看到我的时候，会觉得我和他们无关。

关键就在于要尽一切努力和他们搭上关系，而且不要使他们不舒服，因为要让他们和你有关。有很多人不愿意改变。我给自以为很认真从事行销业的人提出了一些建议，我对他们说：

“你想看起来很专业吗？”

“我当然想看起来很专业。”

“你愿意做些投资吗？”

“你这话是什么意思啊？”

我对他们说：“你必须去找好的形象顾问，他们必须看看你的配色。如果你是女的，他们必须看看你的化妆，看哪一种最适合你做的生意。如果你是男的，看看你的脸型是否须保留胡须或者是你应该有梳理整齐的胡子，或者是依照你的行业决定你的介绍方式。”

你了解你的第一个产品是什么吗？我认为了解这一点很重要。

第一个产品其实不是产品本身，而是一开始的你。客户一定要觉得你很好才会接受你。因为人们买东西时除非觉得很舒服，否则不会轻易花钱。如果他们与你没有交情，就不会觉得舒服。我们之中很多人一走进门，就让人觉得不舒服。然后，你还要很努力地解说，做很多事让客户觉得很舒畅。但我要告诉各位，只要你看起来很好，一走进门，客户马上会觉得很好，他们会和你建立长期的业务关系，他们会喜欢你，信任你。这个原则年复一年跟着我，已经成为了我做业务的基石。你先别管任何其他技巧，也不要尝试。你只要想办法让客户觉得和你在一起很舒服，喜欢而且信任你，让他们觉得你是来服务的，不是卖东西的就行了。如果你这么做，再加上我们要教你的专业技巧，你就能做得非常的好。所以，我要你们参与我训练课程的人就如同我向房间里的人挑战一样，我要大家很认真地对待这个课程，使它成为你生命的一部分。我们是花了20多年的时间发展出来的，你要接受这些观念并且对自己说：“今天，我要当一个学生。”我的目的就是让你成为推销大师。但是，各位别忘了这点：任何行业的大师如果不先成为一个投入的学生是绝不会成为大师的。

我知道，有些人生命中产生了“停顿”，再也不能有所作为，主要是他们认为自己已经懂了所有该懂的了。

我奉劝大家不要得了一种很危险的病，叫做：“我都懂！”因为“我都懂！”会带给你一种创伤，叫做学习的敌人就是知识。如果你认为你都懂，并且心态封闭，不接受新的观念和成长想法，那么你会停滞不前，在商业中你无法站得稳，你会被淘汰！

因为你的对手会超越你，所以要认真学习，全力学习我提示各位的新形态专业推销理念，就像学生一样。因为我们有一个目标，就是把我们所知道的倾囊相授，帮助你成为专业推销者。所以你能享有专业人士在发挥潜能时所享有的一切。

这应该是所有销售人员的目标，你同意吗？

导读：关于汤姆·霍普金斯其人、其事

书中自有黄金屋，书中自有颜如玉。很高兴能与各位在书里见面！首先我恭喜各位已经从事或决定从事这份伟大的职业——推销！在充满竞争和机会的今天，推销已经是很有前途、很有趣的一种职业，当然也是很具挑战的一种职业！既然我们决定要进入这个行业或已经进入了这个行业，我们就一定想要这个行业里出类拔萃！难道不是吗？所以，我们尤其要向在这个行业里已经出类拔萃的人学习、学习、再学习！说到这，也许你正在困惑汤姆·霍普金斯是何许人也？我们为什么要去学习汤姆·霍普金斯的有关成交的艺术呢？接下来让我们一起先来了解一下汤姆·霍普金斯其人、其事：

汤姆·霍普金斯是成功的典型。他27岁时，已经是百万富翁，并担任他自己的“汤姆·霍普金斯国际”公司总裁。

19岁时，汤姆·霍普金斯认为自己已经很失败了。90天以后，他离开了大学。在以后的18月中，他为了糊口，在建筑工地上运送钢筋。

他确信有更好的方法来维持生计，便进入推销领域，结果成为他一生中最坏的时期。6个月中，霍普金斯平均每个月只挣42美元，负债累累，陷入绝境。他把最后的一点钱凑集起来，作为学费，参加了历时5天的销售培训班，这使他的生活发生了转折。在随后6个月中，他推销了总价值超过100万美元的房产，每栋房子的单价为25 000美元，因此成为金氏世界记录房地产业务员单年内销售最多房屋的保持人。

21岁的时候，他获得了洛杉矶销售和营销研究所的奖金，并开始销售业绩方面屡创纪录，这些纪录一直保持到今天。由于他在介绍销售业务方面具有独到之处，他研究出了成功的推销技术。早在1974年，他就开始举办讲习班。他一个月要培训10 000名以上销售人员，很快名闻遐迩，成为世界顶级销售培训专家。今天，他作为“汤姆·霍普金斯国际”公司的董事长，每年在美国、加拿大、澳大利亚、新西兰、新加坡和马来西亚大约举办75个讲习班。他被喻为销售冠军缔造者。

霍普金斯为那些未能参加他的讲习班的人或者参加他的讲习班以后想继续巩固的人提供了高质量的录音带和录像带。他在这方面是一个先驱者。这

些录音带和录像带被认为是最有效的培训手段，它们不断更新，被全世界 500 多万人使用。

霍普金斯撰写了 7 本书籍，包括 1980 年出版的《如何掌握销售艺术》。该书在 1980 年出版以来，便一路超越其他教导销售技巧的著作而荣登畅销书宝座。

我们已经了解到，汤姆·霍普金斯能够藉由 5 天的销售训练学习彻底改变了他自己并在后来成为了全球伟大的推销员之一！我深信我们也可以通过学习汤姆·霍普金斯成功的推销经验来改变自己。因为书里面这些伟大的经验都已经被汤姆·霍普金斯证明有效并实践成功！

在本书中，我们将学习到汤姆·霍普金斯对销售成交过程所作的精细的分解，我们同时可以进一步对销售中的每个细节和步骤都有所了解。这不仅可以节省我们去摸索销售经验所花费的大量的时间，而且可以缩短我们与成功推销之间的距离。我们又何乐而不为呢？欢迎您阅读本书，恭喜您作出这个正确的选择，我们深信选择比努力更重要！同时预祝我们早日在成功的巅峰相会！

目 录

第 1 篇 强效应的沟通技巧

- 一、强力沟通发问的七大理由 (2)
- 二、主导沟通的六大问题 (4)
- 三、全方位倾听“商机” (11)
- 四、培养主动倾听的技能 (15)

第 2 篇 高效率寻找准客户

- 一、锁定、开发准客户的几个细则 (17)
- 二、开发潜在客户的六大模式 (23)

第 3 篇 电话约访无障碍

- 一、接听电话的技巧 (31)
- 二、拨打电话的战术 (37)
- 三、妥善处理几个电话细节问题 (41)

第 4 篇 第一次与客户亲密接触

- 一、认知客户害怕购买的恐惧 (44)
- 二、改变你的销售词汇 (47)
- 三、建立亲和力的几个步骤 (52)

第 5 篇 了解客户需求

- 一、了解需求的关键按钮 (57)
- 二、让客户选择的游戏规则 (59)

三、第一姿态推销	(62)
----------------	------

第6篇 选择最优的产品说明方式

一、好的产品说明的四大准则	(64)
二、好的产品介绍的三个组成因素	(67)
三、好的产品说明触及三个领域	(69)
四、专业性产品介绍的十条建议	(75)

第7篇 开发高含金量的疑虑

一、淘汰不必要的疑虑	(82)
二、处理疑虑的六个步骤	(84)
三、“锐角”法	(86)
四、“历史维固”法	(87)

第8篇 成交的制胜密码话术

一、关注成交的语言及视觉信号	(93)
二、成交，从随时携带文件开始	(95)
三、强力成交的七道风景线	(98)

第9篇 差异化服务，让你事业长青

一、乘胜追踪你的客户	(108)
二、维系客户忠诚度的三个细节	(114)

第10篇 推销，就是行动次数的数字游戏

一、高科技礼节	(118)
二、如何增加附加销售的策略	(119)
三、超越竞争对手的杀手锏	(121)
四、你的收入是你所取得的经验	(124)