

下一分钟 实现销售

One-Minute
Sales
Bible

李震 编著

呈现

118^条 最真实、最实用、
最符合中国国情

业务技巧

!

如何成为优秀的业务员

中国铁道出版社

下一分钟 实现销售

李震 编著

P(Preparation)

不打无准备之战

C(communication)

见什么人说什么话，是你成功的法宝

S(Success)

不为失败找理由，要为成功找方法

中国铁道出版社

2006年·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

下一分钟实现销售/李震编著. —北京: 中国铁道出版社, 2006.4
(业务员手册系列丛书)

ISBN 7-113-07012-4

I. 下… II. 李… III. 销售—经验 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 029765 号

书 名: 下一分钟实现销售

作 者: 李 震

出版发行: 中国铁道出版社 (100054, 北京市宣武区右安门西街 8 号)

策划编辑: 郭 宇 张业宏 朱策英

责任编辑: 罗桂英

特约编辑: 黄维益

插 图: 贾艳艳

印 刷: 北京鑫正大印刷有限公司

开 本: 787 × 1 092 1/16 印张: 14.5 字数: 245 千

版 本: 2006 年 4 月第 1 版 2006 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-113-07012-4/F·438

定 价: 25.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书, 如有缺页、倒页、脱页者, 请与本社发行部调换。

编辑部电话: 010-51873014 发行部电话: 010-51873170

前 言

培养自己的生命

前两年报纸上曾刊登过这样的一件事：“今年夏天从学校毕业的大学生，似乎都有就业困难的趋势。然而，在这样的情况之下，大部分的大学生，还是会依照自己的喜好找工作。经过街头访问发现这些大学生常常会把一些工作当成一个转业踏板，这其中也包含了保险业务员。”

年轻人在找工作时，如果能够找到一份符合自己能力与性格的工作，这可真是件无比兴奋的事。但是，如果没有这些让初入社会的年轻人有个当成转业踏板的工作，恐怕再找三年五载，也很难找到适合自己的工作。从这一方面来看，销售业务员这一类常被年轻人当成转业踏板的工作，对年轻人的一生而言，岂不是太有意义了吗？

没有任何一种工作比年轻时从事销售业务员更有助于自我成长；虽然从事这项工作经常会碰钉子，但也最有机会拓展自己的人际关系。或许在你的业务员生涯中销售成绩一直不佳，这的确是非常令人沮丧的事。即使如此，你还是会由这个工作接触到各式各样的人，这样你才可以学到许多对你的人生非常有帮助的知识。当然，这是一份辛苦而非常不容易的工作。

因此，年轻的时候做过业务工作的人，到了中老年后往往会成为强悍而勇敢的人，绝对不会有因为受到挫折而自杀的事发生。

许多在年轻时因找工作不容易而从业务员工作的人，即使到了中老年还会怀念那一段时光，并且对那段时光中所奠定的人生基础感谢不已。

有位成功的企业家，在他的自传里曾说过：“人生要成功有三项基本条件。”

1. 人的磨炼——由与人接触中学习。
2. 事的磨炼——由经验中学习。
3. 书的磨炼——经常阅读学习。

身为业务员，可很幸运地从工作中获得前两项的学习机会。从事财务或总务工作的人，或许可以学到比较多的做事经验，但与人接触的机会却没有业务员多。而且，其他的工作所经历的大多是周而复始的经验，但业务员的工作内容则是每天都不一样。

剩下来就只有“书的磨炼”了，这一点唯有靠自己努力、自我启发。经过这一番努力，你一定可以走向成功的康庄大道。

目录 CONTENTS

第一部分 准 备 (Preparation)

第一章 直达目标

谁是你要找的目标	003
迅速找到能拍板的人	003
面对面的沟通技巧	004

第二章 基本的能力

要引起顾客共鸣	006
对顾客的话题要表示同感	007
要学会赞美顾客	008
要会建立良好的人际关系	009
用日常会话加深关系	010
谈话要明了易懂	011
谈话要具说服力	012
要会转换气氛	013

第三章 出门必备“功夫”

应酬——让对方高兴	015
高尔夫应酬——路线的选择	017
麻将应酬——有技巧地被对方打败	018
礼品——表达你的内心	019

第四章 个性与形象

服装和发型的整理方法	020
拜访顾客的态度	021
外衣或皮包的处理方法	022
变通的介绍方法	022
就座的方法	023
打电话的方法	024

目录 CONTENTS

下一分钟实现销售 One-Minute Sales Bible

第五章 自信的秘诀

递出名片的时间不能超过3秒钟	025
专业的业务员注重小节	026
不要使用卑劣的推销手段	027
一定要懂得随机应变	028
“才略纵横”就是灵敏的反应	029
克服自卑的方法	030
突破第一道防线	031
吃了闭门羹之后仍不气馁	032
化悲愤为力量	033
从客户层即可看出业务员的功力	034
微笑就是赚钱的原则	035
第一印象足以左右成败	036

第六章 行为与思考

不因为女性而有轻蔑的想法	037
击败对手的“向阳作战法”	038
拜访客户的方式	039
盲点和弱点	040
“只要5分钟就好了”的方式	041
放长线钓大鱼	042
“已经剩下5分钟”与“还有5分钟”	043
在行动中思考下一步行动	044
留下不同于其他业务员的芬芳气息	044
实行“加强印象作战法”	045
不忘羞耻心	046
积极地避免困扰	047
不要以“交通阻塞”为借口	048
表现出自己的品味	049
区间AC原则	049
不可冒犯有生杀大权的人	050

目录 CONTENTS

第二部分 沟 通 (Communication)

第七章 沟通的方法

直接沟通	055
步步紧逼	056
迂回沟通	056
循循善诱	057
旁敲侧击	057
攻心为上	058

第八章 言谈与交往方式

利用“声音的镜子”	059
慷慨与疏忽只是一线之隔	060
不要站着说话	061
利用对方无法还击的时刻进攻	062
过分客气反而拉开了距离	062
交谈时愈普通的用语愈好	063
配合对方的习惯与说话方式	064
具有各方面的专业知识	065
适当地察言观色	066

第九章 如何跟“关键人物”打交道

注重道德的“关键人物”	067
独断专行的“关键人物”	068
理想主义的“关键人物”	069

第十章 如何跟有资金的人打交道

自我吹嘘者	071
斤斤计较者	072
爱慕虚名者	073
“假慈悲”者	074

目录 CONTENTS

下一分钟实现销售 One Minute Sales Bible

第十一章 如何跟“知名人士”打交道

“自以为是”者	077
“笑里藏刀”者	078
“精明圆滑”者	079

第十二章 化阻力为动力

“文火炖汤”	081
“化敌为友”	081
“欲擒故纵”	082
“暗渡陈仓”	084

第十三章 全面出击

松弛法——缓和心理的紧张	086
洞察力——掌握对方性格，有利工作进行	086
总机、秘书——重视对方的人格	088
走路方式——走路方式也关系销售成果	089
入座方式——礼貌好坏反映到成果上	090
第一印象——初见面的一瞬间已决定八成	091
个性——没有存在感，形同不存在	091
打招呼——给对方明朗诚实的印象	092
握手——可缩短和客户之间的距离	094
交换名片——留下良好印象	094
眼神——嘴巴会说谎，眼睛却不会	095
敬意——使对方放松	096
获得认同——以尊敬的态度与对方接近	097
共同点——共同的话题使人际关系早日深入	098
诱之以利——人类对吃亏或占便宜非常敏感	098
特别优待——这是别人没有的特别优待	099
美梦——画出对方的梦	100
诱导法——客户一旦迷惘，所花时间更多	101
人品——话语中给人温暖的感觉	102
赞美——可以令人敞开心扉	103
坐的位置——座位不同，心情也会改变	103
身体接触——人际关系的润滑剂	104

目录 CONTENTS

情报和人缘——销售的另一项专长	105
会谈能力——努力学习、丰富话题的素材	106
说话的演技——活用肢体语言	107
观察小动作——看透他的心	107
视线——用视线展现你的魅力	108
专有名词——在对话中加入专有名词、数字	110
笔记本——文字比语言更令人信赖	110
语言通俗——使用一般人也听得懂的话、用语	111
处理拒绝——消除对业务员的恐惧症	112
积极精神——相信大数法则	113
乐观——客户愈多，就愈不怕被拒绝	114
防御——笑脸和活力，令人难以抗拒	115
充分准备——不战而胜	115
冷却期——失败后先冷却一段时间再冲刺	116
陪同销售——两人比一人强	117
商谈后——彻底让对方记住	117
购买信号——不可错失对方的买讯	118
契约书——迅速将契约书拿出来	119
索赔处理——逃避不了的索赔	120
犹豫期——养成站在客户立场思考的习惯	120
误解——多听多说没损失	121
道歉——老实的道歉可恢复对方的信赖感	122
恢复信赖感——也可借助他人之力	123

第三部分 成 功 (Success)

第十四章 电话与销售策略

销售商品的优点	127
是别人让她购买的	128
以电话强化销售力	129
声音是第一印象	129
切莫造成干扰	130
先确认好号码再拨	131

目录 CONTENTS

下一分钟实现销售 One-Minute Sales Bible

写信让对方了解自己	132
活用书信的效果	133
下一家也许有成交希望	134
迅速转换情绪	135
一定要克服低潮	135

第十五章 如何挑选访问对象

掌握顾客的人数	137
根据名册来寻找顾客	138
有可能推销成功的顾客	138
限定推销的地区	139
善用公司的关系	140
要会利用社团	140
收集客户的资料	141
注意客户的家庭结构	142

第十六章 谈判技巧

创造制胜的气氛	144
记住对方的名字	145
活用数字所带来的心理作用	146
善其事利其器	147
在最后关头迎头赶上	148
签约之后更要稳住顾客	149
不要因给了目录就不再提供	150
取得一致	151
深入对方大本营	152
错误或拖拉无法取得顾客信任	153
丰富的身体语言是最佳的武器	153
不要被顾客的心态扰乱	154
对付“杀价高手”的阶段式战术	155
——与其采用正规战术还不如使用游击战	

目录 CONTENTS

第十七章 促成技巧与案例

直接促成技巧	157
转移促成技巧	158
假定促成技巧	159
二选一促成技巧	160
三选一促成技巧	161
按部就班促成技巧	162
肯定、否定促成技巧	163
行动促成技巧	164
让步促成技巧	165
冲击促成技巧	166
展示、广告宣传促成技巧	167
YES 促成技巧	168
3SQ 促成技巧	169
三问促成技巧	171
正面、负面促成技巧	172
确认促成技巧	173
沉默促成技巧	174

第十八章 花功夫赢得成功

反复查阅顾客卡	184
和顾客事先约定	185
请求介绍	186
拜访时的注意事项	187
决定起头的招呼语	188
练习访问重点的谈话方式	188
做使人好感的访问	189
技巧地把话题转入正题	190

第十九章 获取订单

站在客户的立场思考	192
推销始终 ASK	193
成功要诀一：丰富的想象力	193
成功要诀二：知识金字塔	194

目录 CONTENTS

下一分钟实现销售

One-Minute Sales Bible

直接切入问题	194
ASK 的有效做法	196
是异议或是拒绝	196
YES AND ASK 法	197
适应客户心理的技巧	198
处理异议三步骤、五要点	198
不招惹异议的说话法	199
喜爱并接受异议	200

第二十章 迈向成功

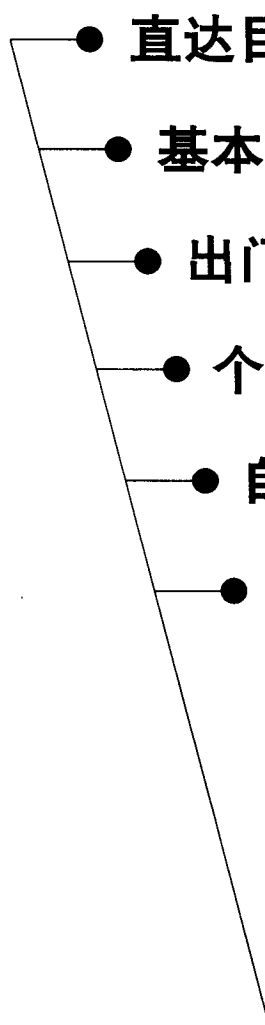
要随时抱有梦想	201
要举出工作的优点	202
要确认商品的特征	203
要订立每天的计划	204
制造促销商品的道具	204
要想好应对的方法	206
预先设想对方拒绝时的应对方法	206
设法安排再做拜访的机会	207

第二十一章 迅速升迁之路

耐力就是体力	209
好消息可以迟延，坏消息却要立刻通报	210
发现自己的缺点及别人的优点	211
能了解上司的人才能成为别人的上司	212
不要从外表或只言片语来批判上司	213
人际关系有助于业绩的提升	213
临睡前把难题留在脑海里	214
运用“贾金斯法则”	215
不要输给自己心中的另一种声音	216
错开拥挤的正午时段用餐	217
业务专家必备的条件	218
分析获胜及失败的原因	219

第一部分

准备 **P**reparation

- 
- 直达目标
 - 基本的能力
 - 出门必备“功夫”
 - 个性与形象
 - 自信的秘诀
 - 行为与思考

第一章 直达目标

谁是你要找的目标

一个精明的业务员在联系业务之前，应有一个准确的判断，这件事应该找谁。尽管业务员这个行业在我国已经有几十年的历史，然而，还没有一本书系统地介绍过。过去人们仅仅是凭自己的经验去行动，但是一个业务人员去联系业务，如果不明白自己产品的对象是谁，那肯定是事倍功半或者一事无成。

现代社会组织结构复杂、功能齐全，任何一件事都有相应的主管部门、具体处理事务的负责人。知道这件事应该找谁是办事的第一步，通常这都依赖各人的能力，有一定经验的人总能很快意识到自己要找的目标是谁。如果你不明白，要想解决这个问题也不简单，通常大多数人都知道各个行业和事务的归口，只要你问一问身边的人，他们多半就能给你一个简明的答复。如果没有确切的回答，你可以去询问你的上级或你的主管部门，明白谁是你要找的目标是办事、联系业务的开始，无论你能力高低，这个问题都应该难不倒你。但是你事先不弄清楚莽撞行事可能会把事情弄糟，除了极少数的事情可以大张旗鼓地去办，大多数业务都要注意，事先不要有太大的动静，以免节外生枝或带来阻力，要准确、有效地出击，迅速把问题解决。

迅速找到能拍板的人

以最快的速度找到能拍板的人，是提高办事效率的关键。即使是一个愚蠢的人把事情办砸了，最终也会明白谁是自己要找的人，但可能为时已晚。办事通常都需要时机，如果你在早上上班的时间里没有找到具体的经办人或主办人，下午对方就很有可能不在，这可能会耽搁你一天、几天甚至更长的时间。业务员办事要一鼓作气，因为办事效率的高低、成功率的高低决定了

其薪水的高低。现在大多数业务员都是依靠业绩拿薪水和奖金，一个优秀的业务员的年收入可能在 20 万元人民币以上，而较差的业务员大概只有五六千元人民币，甚至更少。以北京、上海、广州、深圳、大连这样的城市为例，如果年收入只有五六千元，作为一名外地的打工者就无法生存下去，最终可能会被迫退出这个行当。尽管做业务是一个升迁最快、收入最容易迅速提高的行业，如果一个人不能迅速在这个行当站稳脚跟，那就没有什么前途可言。

要能迅速找到能拍板的人方法很多，通常你可以在“较远的距离”就把目标弄清楚。比如从对方的上级主管部门、下属单位、协作单位都可以获得准确的信息，之所以讲要在“较远的距离”，也是为了出“奇兵”而不“打草惊蛇”。因为，一旦你踏入别人的办公室，就不能胡乱问话，稍有不当，就有可能引起某些人的不快，产生阻力或被拒之门外。另外，向门卫或当值人员询问情况，也比进了办公室以后询问好得多，通常主事人身边的人“警惕性”都较高，反应较敏感。距事情“核心”较远的人，大都不存在“利益”问题，因而比较容易沟通，不会有“过敏”反应。特别是一些普通人，因为受到“垂询”或“礼遇”，容易表现出意外的热情，从而使事情顺利。总之，从“较远的距离”开始了解情况有诸多好处，既能防止事先设想的错误，也能避免因准备不足出现的失误，迅速找到能拍板的人。

一个推销员的例子可以帮助我们理解从“较远的距离”着手的方法。这个推销员去一家宾馆推销洗涤剂，当他找到管理人员的办公室时，没有人愿意告诉他谁是能拍板的人。因为大家都知道这是一笔买卖，有些人可能是因为他们自己不能从中获益而不肯开金口，也有人或许是担心被别人误解，而不愿掺和进来，如果把问题想得复杂一点，还有些人可能为自己的亲友联系了这个业务，最后这个推销员经过跟服务员的攀谈，一点点小小的表示，服务员就把他引到具体经办人的办公室，并把谁是能拍板的人指给了他。最终，他谈成了这笔业务。

面对面的沟通技巧

与人打交道是一件非常有讲究的事，可以说这其中的学问大得很。这个世界上有很多人什么本领都没有，却是成功者，原因就是因为他们善于与人打交道。因而，他们的身上有许多值得我们学习的东西。我们通过对那些擅