

编委会主任 成思危

柳传志 作序推荐

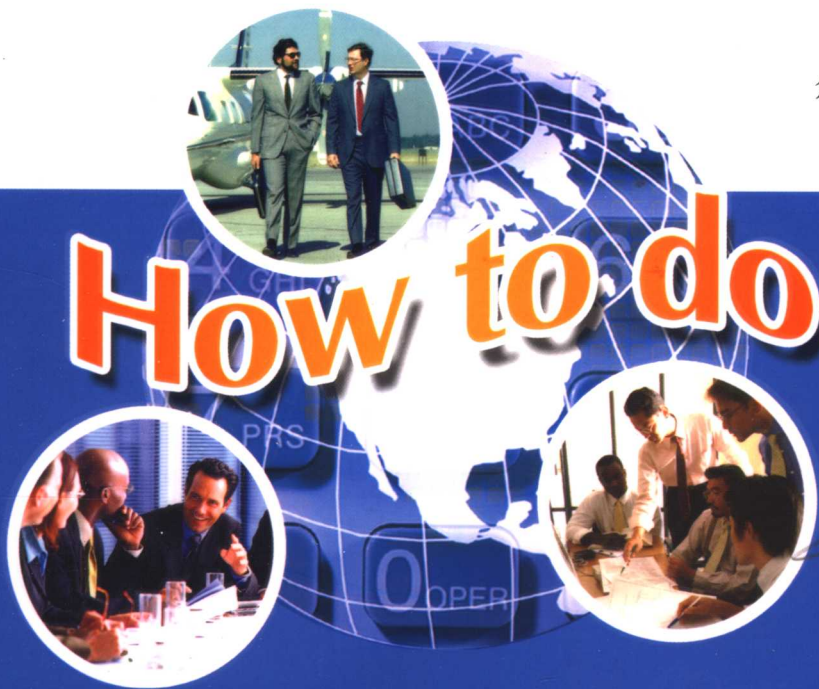
营销类 412

职业经理人十万个怎么办

Guide for professional
managers

如何进行 成功的销售

余跃 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

营销类 412

职业经理人十万个怎么办

Guide for professional managers

编委会主任 成思危

柳传志 作序推荐

如何进行成功的销售

余 跃 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

如何进行成功的销售/余跃编著. —北京: 北京大学出版社, 2004. 4

(职业经理人十万个怎么办)

ISBN 7-301-06996-0

I. 如… II. 余… III. 企业管理: 销售管理 IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 013593 号

书 名: 如何进行成功的销售

著作责任者: 余 跃 编著

责任编辑: 王海英 熊少萍

标准书号: ISBN 7-301-06996-0/F • 0792

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村北京大学校内 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926

电子信箱: em@pup.pku.edu.cn

印 刷 者: 北京蓝海印刷有限公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 15.25 印张 192 千字

2004 年 4 月第 1 版 2004 年 4 月第 1 次印刷

定 价: 33.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 翻版必究

《职业经理人十万个怎么办》书系编委会

主 任

成思危 (全国人大常委会副委员长、北京大学光华管理学院教授、博导)

副主任

潘承烈 (中国企业联合会副理事长、中国企业家协会副理事长、管理学教授)

张文定 (北京大学出版社副社长、副总编)

高建华 (原中国惠普公司助理总裁、首席知识官)

编 委 (按姓氏笔画为序)

王礼平 (中煤信托股份公司副总裁、经济学博士)

王建国 (广西玉柴机器股份有限公司董事长)

王雪莉 (清华大学经管学院副教授)

文 钊 (北京时代光华图书有限公司董事长)

付 遥 (倍腾企业顾问有限公司资深顾问师)

刘明忠 (新兴铸管集团、股份公司副董事长兼股份公司总经理)

邢以群 (浙江大学管理学院教授)

李东汉 (《中国企业报》社长)

张晓彤 (原诺基亚中国公司北方区人力资源部经理、金蝶软件〔中国〕有限公司北方区人力资源总监)

张焱博 (曾任戴尔计算机〔中国〕公司销售培训师、北京新华信管理顾问有限公司区域总经理及全国业务发展总监)

张声雄 (上海明德学习型组织研究所所长、上海当代人才进修学院副院长、同济大学TJAE学习型组织高级管理人才培训中心常务副主任)

张 德 (清华大学经管学院教授、北京市企业文化建设协会副会长、中国人才研究会人事管理研究中心副理事长)

李 平 (中国人民大学商学院教授)

李雪峰 (国家行政管理学院教授、博士、英国访问学者)

林君秀 (北京大学出版社经管图书事业部主任)

茅理翔 (宁波方太厨具有限公司董事长)

范英俊 (新兴铸管集团公司董事长、新兴铸管股份有限公司董事长)

胡圣云 (北京时代光华图书有限公司总经理)

柴寿钢 (中国企业管理培训中心主任、中企联培训工作委员会秘书长、中国企业家协会培训中心主任)

徐 勇 (中山大学教授)

唐 天 (北京时代光华教育发展有限公司副总经理、高级培训师)

章义伍 (原麦当劳中国公司培训部经理、某跨国公司人力资源总监)

符 丹 (北京大学出版社经管图书事业部副主任)

编辑部主任 陈 红

编辑部成员 曹 明 李燕子 刘 勇 董淑娟
肖 虹 王海英 里启亚 虞正逸

策 划 孙卫珏 张春林

序

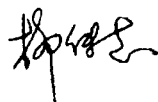
中国企业面临的难题之一是管理问题。管理之所以成为一门学问，因为它是科学与艺术的统一。科学的内容就带有一定程度的规律性，总体上比较清晰和明了，是可以由管理学类的书刊来梳理、记载和表现的。而艺术的东西则更多来自于实践，只有在实践中才能体味、才能得到培养和检验。所以，理解和掌握企业管理的精髓，就不能仅仅停留在书本上，而必须与实践相结合方有可能。也正是在这个前提下，我们才能正确理解和看待管理学类书籍的作用。

那些记载在书中的道理，应该说有很多内容是经过实践检验、在实践基础上总结和提炼出来的。这样的管理学书，读者读了应该有所启发，也仅仅是启发，假如直接拿它来指导处理具体事情，则未必能行的通。非得真正办过企业、做过实际管理工作的人，才能真正体会管理理论的精当与奥妙，并用这些理论来指导自己的企业管理实践。

其实，就我个人的体会，做企业的管理有些像做中餐。两者相似之处在于，对艺术性有相当高的要求。名厨与庸厨的区别，就在“分寸”二字上。若想找准火候的关键点，主要凭经验的积累来获得，而非菜谱上所标明的“几分钟到几成熟”那么简单。仅一个“酌量加盐少许”就能从根本上改变一道菜的口味与滋味，但是若想将这个“酌量少许”的程度拿捏准确，非得相当的灶前实践不能养成。企业管理的规律

与这其中的道理有相似之处。其实，MBA 教育中对管理理论的学习也是如此，只有那些做过企业、有过企业管理实践的学员，才能从 MBA 的管理教育中汲取到直接的营养，那些没有企业运作经验的人学习管理理论多少觉得隔着一层，不可能马上弄得很明白。

此外，即便是拥有企业管理实践经验的人，在阅读管理类书籍的时候也要善于汲取。好的管理类书刊能够对管理实践经验进行精炼的、全面而系统的提升，能够表现和捕捉到管理理论中带有一般性的、精髓性的东西。条目式的问答手册在阅读的时候有两点要注意。不同类型的企业面临的管理问题会有很大差异，这种差异在具体业务模式方面体现的尤为明显；另外一方面，任何一个企业都是一个组织系统，企业的管理问题也必须依靠整体的系统设计来解决。因此，对于企业管理实践一线的经理人，只有勤于实践，善于学习，才能准确把握企业管理的精髓，进而实现自身职业化素质的提升。



2003 年 12 月

致读者

随着全球经济一体化进程的加快，越来越多的跨国公司涌入中国，国内企业与国际企业间的竞争日趋激烈。与通用电气、摩托罗拉、惠普等著名跨国公司相比，国内企业在管理理念、经营方式、企业文化等方面都存在较大差距。全面借鉴并吸收先进的管理经验，全方位实现管理规范化与科学化，提高驾驭市场的能力是国内企业的当务之急。

市场竞争，就其本质而言是人才的竞争。以人为本的现代企业管理同样对职业经理人的职业素质提出了更高的要求。形势的变化要求经理人跟上时代前进的步伐，全面更新自己的知识与技能。事实证明，只有持续的学习与培训，不断增强自身的职业化、专业化程度，方能在激烈的职场竞争中立于不败之地。

企业管理的现代化与经理人队伍的职业化、专业化都迫切要求有一套全面、系统、实用的工具丛书，在帮助解决企业管理实际问题的同时，又能促进经理人职业素养的不断提升，继而打造出一支能够适应激烈竞争的、职业化与专业化高度融合的经理人团队。这无论是对我国企业的稳步发展，还是对经理人群体的健康成长，乃至对促进中国管理科学的发展，无疑具有积极的意义。

基于此，北京时代光华教育发展有限公司策划、北京大学出版社出版了《职业经理人十万个怎么办》丛书。这套丛书选取职业经理人工作中最常见的管理问题，借鉴吸收跨国公司最新管理理念与管理方法，以规范化、步骤化、人性化的方式进行了深入具体的分析与解答，为国内企业管理工作的标准化与国际化提供了系统的操作指南，同时也为经理人提升职业化素质提供了简便易行的学习方案。

丛书内容涉及通用技能、领导发展、人力资源、营销、财务、生产、物流及综合管理等8大类别，首批推出100个选题。丛书作者不仅有跨国公司高级管理人员，还有国内著名高校管理学院的知名教授。

丛书特色

这套丛书具有以下特色：

- * **选题的实用性。**丛书选题紧扣经理人日常管理工作，提供兼具规范化、职业化、实用性及可操作性的答案。
- * **内容的系统性。**丛书内容涵盖经理人工作的方方面面，是一套经理人管理工作的万用百科全书。
- * **表述的规范化。**本套丛书的编写体例、语言表述规范一致，便于读者学习、查阅和使用。
- * **版式的人性化。**为了给读者提供一个轻松、愉快、高效的阅读学习体验，本套丛书在版式及内容设计上，力图做到知识技能表述的要点化、步骤化、图表化、功能化。
- * **学练的互动性。**本套丛书的每个技能点中都设计了相对应的互动练习，力图使读者在学练结合、学用结合中达到学以致用效果。

丛书的学习功能模块设置

本着设身处地为经理人着想的原则，本套丛书通过设置若干功能模块，力求为经理人学习、阅读、使用本套丛书带来最佳效果。书中的各模块及其功能如下：

- * **技能点名：**“技能点名”为节标题，是技能所要解决的问题。您可以将所遇到的或所关注的问题与此对照，从而找到解决方案。
- * **主题词：**“主题词”为选题、章和技能点的概括名。由于其具有惟一性，可用于检索。您可以通过主题词快捷地了解到您所查找问题所属的知识领域。
- * **适用情景：**“适用情景”用于说明相应技能可在何种情况下使用。根据适用情景，您可准确地将技能知识用于实践，也可考查自己是否正确查找到自己所需的答案。
- * **技能描述：**“技能描述”是针对经理人常见管理问题提供的解决方案。通过查看相关的技能描述，您可以轻松地处理日常工作中所面临的管理问题。

- * **小看板:**“小看板”是技能描述的补充说明,包括一些管理名言、背景资料、必要的补充知识等。通过小看板,您可以获取更为丰富的知识。
- * **提醒您:**“提醒您”是处理管理问题过程中应当注意的事项,相当于忠告或注意事项。
- * **小词典:**“小词典”主要用于介绍技能描述中的一些比较专业的概念或术语。通过小词典,您可以轻松掌握专业术语的含意。
- * **牢记要点:**“牢记要点”是技能描述中重点知识的概括,语言精炼准确。您可以利用它快速把握技能描述的主要内容。
- * **实用范例:**“实用范例”用于介绍同技能点相关的案例或技能的训练方法。通过“实用范例”,您可以了解众多知名企业的操作实践,从而更好地掌握和运用相关技能。
- * **实践练习:**“实践练习”是有针对性的练习题,用于检验学习效果,并通过学练结合达到学以致用目的。您可以通过这一模块,巩固刚学过的知识,并增强实际操作的能力。
- * **向您推荐:**通过“向您推荐”,读者可以获得相关知识的其他学习资源(如专业书籍、报刊杂志、网站等),从而更加全面地掌握这方面的知识。

如何使用本丛书

为了使本套丛书在企业管理的日常工作及职业经理人的学习培训中,最大限度地发挥作用,我们建议您按如下方法学习使用本丛书:

经理人个人怎样用好本套丛书:

- * **作为随用随查的管理工具。**您在日常工作中遇到有关管理问题需要处理,但却对如何正确处理没把握时,请您查阅参考本丛书中的相应技能描述,进而从中寻求工作指南。
- * **作为自助学习、自我提升的教材。**经理人可以根据个人需要和学习习惯,自主选择相关知识领域的丛书甚至是某一本书中的相应技能点,以作为自己在某一时段内的学习资源,从而有针对性地提升自己某一方面或某几个方面的能力。

*** 高度重视实践练习。**丛书在对每一个技能介绍之后，都附有针对性的互动练习，其目的是通过练习巩固经理人的学习成果，加深对知识和技能的了解，从而提高经理人的实际操作能力。因此，我们希望您尽量按书中的提示，认真做相关的实践练习，使您在单位学习时间内取得尽可能大的学习效果。

企业怎样用好本套丛书：

*** 作为各项工作标准化规范化的参考手册。**本套丛书系统收集整理世界知名企业在经营管理上最先进的操作模式，企业可将本丛书作为各项工作标准化、规范化的参考手册，提高企业运作的标准化和规范化程度。

*** 作为员工职业化培训教材。**本套丛书涉及的内容广泛并具有很强的针对性，是企业不可多得的系列培训教材。企业可针对员工特别是经理人的特点、工作岗位、职业规划等情况，有计划地选择本丛书作为教材对员工进行培训，从而达到全面提高员工职业化素质的目的。

*** 构建企业管理图书馆或职业经理人书架。**建立企业管理图书馆或构建职业经理人管理书架是有利于企业成为学习型组织的重要硬件设施。企业可以以本套丛书为基础开始筹建企业管理图书馆或职业经理人书架，从而为员工创造良好的学习条件，引导员工形成终身学习的习惯，最终促使企业成为学习型组织。

编辑这套丛书，无论对策划者、作者，还是对出版社来说，都是一个很大的挑战。当然，这套丛书没有也不可能穷尽一切管理难题。全新的尝试能否得到读者的认可，还需要经过实践的检验，并在实践中逐步改进与完善。

我们期望本套丛书能够成为经理人日常管理中随查随用的实用工具，我们更期望本套丛书能够成为经理人自我发展的成功指南。

《职业经理人十万个怎么办》丛书编委会

2003 年 12 月于北京

前 言

什么是成功的销售？是客户对你个人销售魅力的点头默许，还是一份订单的成功签订？答曰“非也”。当传统的以产品推介为重点的说服购买型销售方式越来越难以奏效时，我们所提倡的成功销售，则是以解决客户问题为重点，向其提供顾问咨询式服务，最终达到系列化的销售效果。本书总结了国内销售人员的大量案例，同时把当代中西方经典销售理念的精髓融入到简明科学的销售流程中，行云流水般的文字，将让你彻底告别晦涩难懂的所谓“经典理论”。逻辑清晰、操作性强是本书又一特点，它将让您在更新观念的同时轻而易举地掌握现代销售理念的精髓，在提升销售业绩的同时实现公司利润的最大化。

全书按销售流程分为七章，论述深入浅出。您既可以用一定的阅读时间整体消化，以便形成科学销售流程的总体印象；您也可以分章分节独立阅读，在您销售遇到困难时按图索骥，对症下药。

第一章介绍了成功的销售人员如何进行销售前的各项准备工作，“凡事预则立，不预则废”。做好销售前的准备工作，是我们进行成功销售的前提和基础。

第二章向您介绍了寻找和识别新客户的科学方法和原则。通过本章的学习，您将掌握制定计划，搜集信息，联系客户，寻找，开发，筛选新客户的一系列方法，提高新客户开发的效率。

第三章介绍了如何通过电话、信函等方式接近目标客户，与客户进行良好的沟通并获取客户信任的技能。虽然成功接近目标客户并不一定带来成功的交易，但成功的交易则是以成功接近目标客户为先决条件的。

第四章结合大量实例介绍了销售洽谈的诸多方法与技巧。深入学习本章之后，您将能够灵活运用各种洽谈技巧和客户沟通，进而发现

和证实客户的需要；通过高效的产品演示向客户传递极具针对性的信息；运用多种方法和技巧诱发客户的购买动机，说服客户并产生购买行动。第五章论述如何巧妙处理价格异议、货源异议、敷衍式异议等。这些异议是销售成交的障碍，也是成交的信号。销售人员只有以冷静、豁达的态度对待它，认真分析它产生的原因，采用灵活的策略和方法，有效地加以处理和转化，才能最终说服客户，达成销售目标。

第六章告诉销售人员应该如何成交准备和成交时机把握的基础上促成客户购买，达成交易实现。

第七章介绍了售后服务及处理客户投诉和抱怨的方法，告诉销售人员如何在双赢的基础上维系客户关系，使客户对所购买的产品和服务达到最大程度的满意。同时告诉您在售后服务的过程中，如何把握处理客户抱怨的技巧、赢回失去客户的方法，以及如何争取再次销售等。

当您读完本书后，您将具备优秀销售人员应该具备的知识背景，同时从实用范例中得到启示，在策略方法中强化技能，最终树立正确的销售理念，实现买卖双方的双赢。您可以从书中得到以下启示：

1. 理解作为具有专业风范的业务人员所需要具备的素质。
2. 学到一套适合于所有大客户的关键销售技巧。
3. 学会如何根据大客户的需要，提供适合的解决方案。
4. 建立自信，学会与大客户打交道。
5. 学会分析购买障碍，并因势利导地予以化解。

.....

本书是一个实用工具箱，您只需要偶尔抽出一些工具来为您服务。希望您能够在深入理解本书内容的基础上结合自身实际进行创新，巧妙灵活地运用书中理论和案例提升销售理念，管理销售团队，从而使公司的销售业绩更上一个新水平。

目 录

CONTENTS

第一章

销售前的准备.....1

- 技能点 1: 如何进行销售角色的科学转变 2
- 技能点 2: 如何建立科学的销售观念 6
- 技能点 3: 如何进行完善的销售知识储备 11
- 技能点 4: 如何进行销售过程中的自我管理 16
- 技能点 5: 如何才能具备优秀的销售素质 20
- 技能点 6: 如何提高自己的销售能力 24
- 技能点 7: 如何培养自己的销售礼仪 28

第二章

寻找识别客户 31

- 技能点 1: 如何制定新客户开发计划 32
- 技能点 2: 如何搜集新客户信息 36
- 技能点 3: 如何找到新客户 40
- 技能点 4: 如何成功接触新客户 45
- 技能点 5: 如何筛选新客户 50
- 技能点 6: 如何提高新客户开发效率 55
- 技能点 7: 如何克服销售恐惧 59

第三章

接近目标客户 63

- 技能点 1: 如何制定销售拜访计划 64

第四章

- 技能点 2: 如何通过电话与客户预约 69
- 技能点 3: 如何接触目标客户 74
- 技能点 4: 如何通过信函与目标客户沟通 78
- 技能点 5: 如何运用非言语行为与客户沟通 82
- 技能点 6: 如何与不同性格的客户进行沟通 86
- 技能点 7: 如何获得客户的信任 89

进行销售洽谈 93

- 技能点 1: 如何在销售洽谈中达到双赢 94
- 技能点 2: 如何在销售洽谈中提高洽谈效率 98
- 技能点 3: 如何在销售洽谈中挖掘客户需求 102
- 技能点 4: 如何在销售洽谈中传递产品信息 106
- 技能点 5: 如何在销售洽谈中运用语言技巧 110
- 技能点 6: 如何在销售洽谈中应对刁难客户 114
- 技能点 7: 如何在销售洽谈中进行产品展示 118
- 技能点 8: 如何在销售洽谈中提高展示效率 122

第五章

处理客户异议 127

- 技能点 1: 如何提高处理异议的效率 128
- 技能点 2: 如何把握处理异议的时机 132
- 技能点 3: 如何运用适当方法处理客户异议 136
- 技能点 4: 如何处理价格异议 140
- 技能点 5: 如何处理货源式异议 144
- 技能点 6: 如何处理敷衍式异议 148
- 技能点 7: 如何处理无需要式异议 152
- 技能点 8: 如何结束客户的异议 156

第六章

促成交易实现 159

- 技能点 1: 如何进行成交前的准备 160
- 技能点 2: 如何提高成交效率 164
- 技能点 3: 如何掌握成交的时机 168
- 技能点 4: 如何运用恰当技巧促成客户购买 172
- 技能点 5: 如何针对客户个性选择成交方法 178
- 技能点 6: 如何签订销售合同 183
- 技能点 7: 如何巧妙结束洽谈 188

第七章

维系客户关系 191

- 技能点 1: 如何对销售活动进行自我反省 192
- 技能点 2: 如何采取行动确保客户满意 196
- 技能点 3: 如何对客户进行售后服务 199
- 技能点 4: 如何处理客户的投诉与抱怨 203
- 技能点 5: 如何赢回失去的客户 207
- 技能点 6: 如何与零售商合作提高销售额 211
- 技能点 7: 如何与企业合作提高销售额 215
- 技能点 8: 如何树立销售人员的声誉 219

第一章

销售前的准备

随着我国消费市场从卖方市场向买方市场的转变，传统的重视短期交易行为的销售方式正在被以客户为中心的现代销售方式所代替。“凡事预则立，不预则废”。做好销售前的准备工作，是我们进行成功销售的前提和基础。优秀的销售员应该顺应时代潮流，及时转变自身角色，掌握现代销售理念的核心和精髓，在改变自身的基础上提高销售业绩。