

Sales

开发自己的

销 售

天 才



Talent

李正华◎编

对你来说
销售天才似乎是可望不可及的一种神人
但是，你必须要知道的是
通过系统严格的自我训练
你也可以开发出自身之内隐藏的
卓越的销售天才

台海出版社

Sales

开发自己的



Talent

李正华◎编

Talent

台海出版社

图书在版编目(CIP)数据

开发自己的销售天才 / 李正华编. —北京: 台海出版社, 2005.5

ISBN 7-80141-400-4

I. 开... II. 李... III. 销售—能力—开发 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 037797 号

书 名 / 开发自己的销售天才

编 者 / 李正华

插 图 / 洪 波

责任编辑 / 吕 莺

装帧设计 / 骆 杰

出 版 / 台海出版社

印 刷 / 首钢总公司印刷厂印刷

开 本 / 880×1230 1/32 印 张 / 7

字 数 / 140 千字 印 数 / 10000 册

经 销 / 新华书店发行

版 次 / 2005 年 5 月第 1 版 2005 年 5 月第 1 次印刷

台海出版社(北京景山东街 20 号 邮政编码 100009 电话 010-84045801)

ISBN 7-80141-400-4 定价: 19.80 元

版权所有 违者必究

凡我社图书, 如有印装质量问题, 请与我社发行部联系调换。

献给中国 6000 万业务员

主要参考书目

1. 原一平,《原一平给推销员的十一个忠告》,同心出版社,2004
2. 百万圆桌俱乐部,《到有鱼的地方钓鱼》,海南出版社,2005
3. 百万圆桌俱乐部,《不推销牛排,推销滋滋声》,海南出版社,2000
4. 中岛薰,《直销天王的成功理念》,吉林人民出版社,2001
5. 戴维·考珀、唐纳德·考珀、安德鲁·海恩斯,《大销售》,中信出版社,2002
6. 沃特森,《咬苹果销售诀窍》,经济日报出版社,2002
7. 孔雷,《训练销售精英》,企业管理出版社,2003
8. 罗伯特,《我行,你也行》,中国发展出版社,2002

目 录

第一章 个人魅力,占尽先机 1

给客户留下良好的第一印象 / 1

用眼睛与客户沟通 / 7

恰当运用手势 / 9

取得陌生拜访成功的要素 / 12

第二章 热情洋溢,融化冷漠 15

打开客户的心扉,让他喜欢并信任你 / 15

推销成功 85%是因为热情 / 22

遇到挫折时勇于突破 / 27

帮助老客户时常记得你 / 31

让你的微笑融化客户的冷漠与拒绝 / 34

让你的赞美被对方记住一辈子 / 39

第三章 立即行动,坚持不懈 45

在困难面前勇往直前 / 45

立即行动! 立即行动!! 立即行动!!! / 49

要想成功,必须勤奋 / 55

忍耐的奇迹 / 59

比别人多试一次你就能成功 / 63

第四章 感恩之心,真诚待客 71

对客户心怀感激之情 / 71

真诚对待客户 / 75

帮助客户得其所欲 / 81

说实话也要讲究技巧 / 85

重信守时 / 94

对所有客户要一视同仁 / 98

第五章 服务客户,尽职尽责 103

做好售后服务 / 103

尽你所能关心客户 / 106

以优质服务赢得客户满意 / 112

感谢抱怨,提升服务品质 / 118

第六章 充满自信,战胜拒绝 127

- 努力培养你的自信心 / 127
- 锻炼自己,消除恐惧 / 131
- 剖析客户拒绝的真正原因 / 137
- 如何战胜客户的拒绝 / 144
- 应对常见拒绝的方法 / 151

第七章 积极敬业,完善自我 155

- 你的事业如此美好 / 155
- 拥有积极向上的心态 / 161
- 提升你的工作目标 / 170
- 主动提高自我素质 / 176
- 做好知识储备 / 184

第八章 审时度势,出奇制胜 189

- 运用语言技巧获得订单 / 189
- 利用好奇心理,引发客户的兴趣 / 198
- 进行示范或让客户亲身体验 / 202
- 帮助客户做决定 / 205
- 向客户陈述因小失大的严重性 / 207

后记 210

第一章 个人魅力,占尽先机

给客户留下良好的第一印象

中国著名的培训讲师李强讲过这样一个故事,有一次,他进一家饭店吃饭,邻座有几位客人看他坐定之后,过来说:“我们猜您肯定学历较高,因为我们觉得您的风度气质实在是不一般。您能告诉我们您的学历吗?”

李强说:“我是××大学和××大学的双MBA。”

那几位客人惊叹说:“我们就看你不一样!果然不一样。”

李强给人的第一印象十分出色,以至于让陌生人都愿意跟他认识。想一想,你给别人的第一印象如何?能不能让陌生人因为你的气质愿意跟你结识?

有很多的销售人员,每天在市场上辛辛苦苦地奔波,他们非常敬业,并且具有相当充足的专业销售知识,但是却经常会遭遇到顾客的拒绝,销售业绩也不见明显提高。针对这个问题,美国销售奇才汤姆·霍普金斯一语中的地指出:“这个人进门的一瞬间,人们马上就能凭感觉判断出他是不是最

棒的销售人员。”这就是问题所在：他们不够注重适宜的着装以及整洁的仪容。

销售人员在拜访客户时，通常是处于一种打扰对方的状态下。或许在你到达客户的办公室时，正巧打断了他对一个新产品开发的构思，或是一项促销计划的灵感，即使你预约过时间，情况也会是相同的。每个人都会惜时如金，没有人愿意被推销人员占用太多的时间，这就要求你在最短的时间内，让客户对你感兴趣，既而对你所推销的产品感兴趣，这才有可能使其深入了解产品并购买。

推销成功与否，往往取决于你与客户见面的前 30 秒钟。在这 30 秒内，几乎所有的客户都会对销售人员的衣着打扮、举止言行等极为敏感。他们会在与你见面的前 4 秒钟内为你留给他们的第一印象打分，这个印象分数在你的推销过程中会起到至关重要的作用，换句话说，即客户对你的感觉好与坏会直接影响你的推销结果。因此，你第一次与客户见面时，就要给客户留下一个整洁、干练、诚实、专业、值得信赖的印象。

那么，如何才能赢得一个开门红呢？我们通过观察那些优秀的销售天才，发现他们都非常注重自己的外在形象，包括着装打扮、鞋子的选择、仪容仪表、配饰等。在这几个因素中，着装是最为重要的。

在你留给客户的第一印象中，着装占有 80% 的比重。你的装束如何，往往会给客户留下一个关于你是怎样一种人的印象，因为人们往往会依据一个人的衣着装扮去推断他的人品、性格、爱好、兴趣、职业等情况。尤其是初次见面，这种印

象是非常直接、强烈的。我们可以试想一下,如果你是被访问的客户,你愿意暂时停止手边的忙碌,去倾听一个衣着整洁的人说上几句,还是愿意被一个不修边幅、邋邋遑遑的人打断呢?

恰当的、得体的衣着装扮,不仅可以提升你对自己的信心,同时也能使客户对你更为信任,它能够在无形中帮助你在推销过程中显得更为灵活,更为热情。你的穿着打扮不一定要非常时尚或华美光鲜,只要穿得合适得体就可以,所谓“合适得体”包括下面几个方面:

第一,作为一个优秀的推销员,衣着必须要整洁。

在西方发达国家,绝大多数的推销员都有一个良好的习惯,那就是每天更换衬衣。这不仅仅能够说明一个人的清洁问题,更能表现出他是否具有良好的生活习惯。一个推销员,只有具有良好的生活习惯,才有可能将积极的热忱和旺盛的精力投入工作中,才有可能赢得上司的赏识、同事的支持,最重要的是——才有可能赢得客户的好感。

第二,服装必须剪裁合体,上下款式搭配协调,色彩搭配和谐。

我们再来试想一下,如果你是被访问的客户,当你看到一个上穿正装西装、下穿磨得极旧的牛仔裤,还系着一条花色怪异的领带的推销员站在你面前时,除了压抑住内心的嘲笑外,你是不是还会怀疑他的智商有点问题呢?面对这样的推销员,你还有可能让他在你面前长篇大论、推销他的产



品吗？

一位著名的法国服装设计大师说过：“如果一个人穿着不得体，你会注意到他的服装；如果他穿得合体大方，那么，你就会注意到他本人。”只有注意到他本人，你才有可能认真地倾听他的谈话，接受他所传递的信息。

第三，着装打扮应该与自己的身材、发型、性格相互协调。

一般来说，对于从事金融、IT 等行业的推销人员，着装的要求比较高一些。男推销员需要穿着正装西装，女推销员需要穿着套装或套裙。有一点需要大家特别注意，在着装风格越来越倾向于简约和标新立异的今天，女推销员的着装应该保持比较保守的作风，因为适当的保守，总能给人留下诚实正直、可以信赖的感觉，而且能避免古板的不足；男推销员最好不留长发，因为长发不易梳理，很容易给人造成邋遢的感觉，这是推销中的一大禁忌。

第四，着装应该与客户相适应。

如果你的客户在工作时间总是穿着合身笔挺的西装，那么你也应该身着西装。如果你的客户因为工作关系，习惯穿着休闲服装，那么你也应该身着休闲服装。这样做，在着装方面就比较容易拉近你与客户的距离。

第五，推销人员的穿着应该与他所推销的产品保

持协调。

这一点极少有人意识到,但是销售天才们是决不会忽略它的。例如一个推销洗涤用品的优秀推销人员,当他去拜访客户时,一定会身着白色或浅色的服装,因为黑色或深色的服装容易让人产生不洁净的感觉。

你与客户第一次见面时,自然会互相打量对方。当客户看过你的着装后,注意力会自然而然地转移到你的鞋子上。优秀的推销人员一定会时刻注意保养他的鞋子,让它保持整齐光洁的状态。每天在离开家以前,一定要将鞋子擦拭干净。有些更为细心的推销员,会随身携带一个便捷的鞋擦,在每进入下一个客户的办公室前,会将鞋子再认真整理并精心擦拭一遍。

推销人员应时刻留心自己的仪容仪表。在约见客户之前,要检查自己的头发是否梳理整齐,面容是否洁净,身上是否有异味,例如烟味、酒味或汗味等。

这一点对于化妆品公司的推销人员来说尤为重要。一般化妆品推销人员都为女性,她们的外表一定要吸引人,尤其是面部的皮肤与妆容,要让客户一看到就产生好感,这样经过精心打扮的推销员才能吸引客户的注意力,进而引发对她所推销产品的兴趣。推销员的面部皮肤细腻光滑,妆容光彩照人,才有可能令客户相信你是个美容顾问,相信你有丰富的化妆或皮肤保养的专业知识。只有这样,客户才会乐意向你咨询,对你及你所推销的产品产生信任感,耐心地听你介绍、推销。

除了着装、鞋子、仪容外,还有一个很重要的因素,那就

是配饰。优秀的推销人员是不会轻视配饰的重要作用的。他们会配备一个看起来质量比较好的公文包,里面放好整理过的产品说明、订单、计算器、名片夹、签字笔等应用物件。这里所有的东西并不需要十分昂贵,但质量也不能太差。如果太差,客户会对你的公司及你所推销的产品产生怀疑,会担心受骗上当。

大量的研究结果表明,无论什么样的客户,他们对上述这些因素的微妙的心理反应会在很大程度上潜移默化地影响着他们对产品的选择。不要小看这些因素,它们经常会造成很大的效果差异。

普通业务员与销售天才的差距

普通业务员	销售天才
普通业务员给人的第一印象一般,或者是仅仅合格,没有差错。	销售天才给人留下及其强烈的第一印象,让别人对他有一个过目不忘的观感。

立即训练

每天离开家以前,请你在镜子前停留一会,仔细检查自己:

1. 着装是否整洁得体?
2. 衣服是否熨烫平整?
3. 鞋子是否光亮如新?
4. 头发是否梳理整齐?
5. 肩头是否有头皮屑?



6.指甲是否修剪整洁?

7.公文包中的物品是否齐备?

8.口气是否清新,别忘了带上口香糖?

让客户给你的第一印象打一个最高分,让他自己拆除心中的壁垒,解除对你的防备,乐于倾听你的谈话,建立起对你的信任。这样,你才能抓住时机,迅速建立起与客户的合作关系。

用眼睛与客户沟通

美国著名的心理学家亚伯特·梅拉宾通过大量的实验,分析了人与人在面对面的沟通过程中,语言、声音、表情各自的重要作用,得出了一个十分有趣的公式:

信息的全部表达 = 7%语言 + 38%声音 + 55%表情

由此实验结果我们不难看出,在人与人沟通的过程中,表情这种非言语的方式在信息交流中占据了非常重要的地位。而且这种“无声”的交流,往往比语言的表达更为有效,因而也更为重要。这里所说的“表情”不仅包括我们的面部表情,还包括被称为“心灵之窗”的眼神。

每个人丰富的表情,会在不经意之间泄漏他心底的想法及其变化。从一个人的面部表情中,我们能够比较容易地看出他的喜、怒、哀、乐、愁。而且灵活多变的面部表情还可以配合我们的言语,起到强调、解释、纠正我们所表达的意思的作用。

在面部表情中，微笑是最容易被对方捕获的信息。微笑，是最动人的音符，是面部最生动的表情，也是人与人之间最温馨的礼貌往来方式。对于客户来说，推销员的微笑是融化客户戒备之心的最好方式，推销员那发自内心的、饱含真诚的微笑似乎在向客户传递着这样的信息：“我是一个充满热情的人，我会为你提供最好的，并且是真心诚意的服务！”

眼神是人们心灵情感的流露，一个推销员的眼神既要清澈明亮，又要富于变化。很多心理学家一致认为，眼睛在你与别人沟通时能表达出最准确的、最清晰的讯息。正如爱默生所说：“人的眼睛和舌头所说的话一样多，而且不需要查字典就能从眼睛的语言中了解整个世界。”

眼神作为一种特殊的人体语言，常常能将人们的意思表达得更为微妙、含蓄。它的含义也非常丰富多彩：兴奋的、惊喜的、温和的、冷漠的、生硬的、好奇的等等。如果你想成为一名一流的推销员，就必须熟练地运用这些具有特殊含义的语言，才能够赢得客户的关注、信任与支持。并且当你与客户面对面接触时，应该始终注视着对方的眼睛。首先，这是一个最基本的礼貌，它可以让客户感受到被尊重的满足；另外，一边谈话一边留意客户的瞳孔变化，由此来探出隐藏于客户内心的微妙情感变化或信息，以便你及时更换策略或推销技巧



普通业务员与销售天才的差距

普通业务员	销售天才
普通业务员没有把眼睛的沟通功能发挥干净,只是发挥了其看——也就是获取信息的功能。	销售天才的眼睛不但能够用来获取信息,还能够传递信息,传达其对客户的情义。

立即训练

注视客户的眼睛时,一定要注意分寸,否则就会事与愿违了。千万不要直勾勾地盯着客户的眼睛一动不动,这样做会让对方觉得你不太友善、居心叵测。当然也不能目光在,焦距却不在,一副魂飞天外的样子,客户会认为你对他的谈话丝毫没有兴趣。

在注视对方眼睛的过程中,还应该配合着思考状、点头同意、微笑赞许等表情,这样才能显得自然、大方、得体。

恰当运用手势

一名优秀的推销员,即使他相貌普通,也能给客户留下深刻的印象,他的魅力在哪里呢?那便是举止端庄文雅,落落大方。培根有句名言:“相貌的美高于色泽的美,而秀雅合适的动作美,又高于相貌的美。这才是美的精华。”

举止虽然是人们的外在的形态和动作,但它却能透露出一个人的素质和品行,因此,推销员想要获得客户的好感与