

培训富业务的最佳读本

杨金翰 著

富

业

务

穷业务富业务

从优秀到卓越的富业务销售模式  
本书被60位营销精英联袂推荐为销售培训的首选教材



企业管理出版社

# 穷业务 富业务

从优秀到卓越的富业务销售模式  
杨金翰 著

# 穷 业 务

**图书在版编目(CIP)数据**

穷业务 富业务/杨金翰著. —北京: 企业管理出版社, 2005. 1

ISBN 7 - 80197 - 065 - 9

I. 穷… II. 杨… III. 企业管理—市场营销学  
IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 041273 号

---

**书 名:** 穷业务 富业务

**作 者:** 杨金翰

**责任编辑:** 群 力

**技术编辑:** 赵 勇

**书 号:** ISBN 7 - 80197 - 065 - 9/F · 066

**出版发行:** 企业管理出版社

**地 址:** 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100044

**网 址:** <http://www.emph.cn>

**电 话:** 出版部: 68414643 发行部: 68414644 编辑部: 68428387

**电子信箱:** 80147@sina.com zbs@emph.cn

**印 刷:** 保利达印务有限公司

**经 销:** 新华书店

**规 格:** 640 毫米 × 960 毫米 16 开 22 印张 300 千字

**版 次:** 2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

**印 数:** 5000 册

**定 价:** 29.80 元

---

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换

## 前 言

选择销售做为自己的职业，你已经站在了成功人生的超点上。

为什么这么说？

因为做销售事业的人，往往是最优秀的商业人才。正如我们所知道的那样，勇于在销售事业中开拓的人，大都是最优秀的人才，由优秀的销售人员构成的销售事业也是最诱人的领域，许许多多渴望成功和财富的人正是在这片天空中拼搏而实现人生梦想。

世界上 80% 的富豪都曾是业务员，由业务人员做起而逐渐被擢升为企业领导的人物，更是不可胜数，也许有人会不太相信，但事实确是如此。可见，在创造财富的道路上，业务员也许是最有实力的领跑者。然而，世界上的业务员却可分为两种，一种是富业务，另一种则是穷业务。

富业务是一个团体，他们就像无往不胜的战士、迅疾而来的飓风、穷业务也是一个团体，却像是面团上的突起、备而不用轮胎。可见，富业务与穷业务可谓是天壤之别，那么又是怎样的原因造成了如此巨大的不同呢？

导致富业务和穷业务之间巨大差异的根本原因便是思维模式和工作细节的巨大差别。富业务无论是在专业形象还是销售技巧上，都有独到之处。诚然，这些独到经验的积累不是朝夕之功，而是长期的实践和总结所得出的精华。

相比之下，穷业务常把时间花在制造借口，而不是努力赚钱

上。这些人坚持用他们的耳朵来玩游戏。他们不会采用那些对业务人员来说，相当重要的练习、演练或是彩排；也不会有时间参加研讨会，听一些可以增加他们的销售技巧、鼓励他们迈向成功的录音带或阅读这方面的书籍。他们不会事先准备或是计划。一般说来，他们甚至会觉得那些富业务不是具有“说话的天分”，就是运气太好。

世界潜能大师、效率提升专家博恩·崔西说过：“一个人有多成功，事业有多大，关键是看他怎样去思考，怎样去行动。

也就是说，要想获得销售的成功，就得像富业务那样去思考，就得向富业务一样去行动。那么，富业务是如何去思考，是怎样去行动的呢？这也就是本书将与各位读者一起分享的富业务致胜的秘诀。

本书将以叙述的内格，轻松的向读者讲述富业务是如何取得出色的销售业绩的。其中既有最直接的经验，也有最实用的招数，既有最简的提示，也有最有效的方法。

本书作者作为著名的作家，演讲家、销售培训专家和中国最早的成功学专家之一，曾多次在著名公司的销售培训或会议中发表演讲。他有一个特殊的计划，即将自己和他人个人成长中极具意义的经验传授给听众和读者，而这本书便正是这一伟大计划之中最为重要的项目之一。

读者朋友们，现在，就让我们一起来分享书中的宝贵经验和切实方法吧，相信您将不虚此行！

·编者

2005年1月

# 目 录

## 前 言

### 法则 1 准备法则

**富业务充分准备有方法，穷业务忽视准备绩效差**

- 1.1 富业务因有备而“无患” .....(3)
- 1.2 富业务的自信源于了解产品 .....(6)
- 1.3 富业务了解自己的公司 .....(9)
- 1.4 富业务了解自己的对手.....(12)
- 1.5 富业务事先找准决策人.....(14)
- 1.6 富业务知识广博易沟通.....(18)
- 1.7 富业务选择环境造气氛.....(20)

### 法则 2 预约法则

**富业务面对预约策略多，穷业务预约客户无招法**

- 2.1 富业务巧用“见面三分情” .....(25)
- 2.2 富业务电话约见简洁方便.....(27)
- 2.3 富业务以感谢别人做机会.....(28)
- 2.4 富业务擅用信函巧推销.....(30)

- 2.5 富业务委托约见有方法·····(32)
- 2.6 富业务妙用广告约客户·····(33)
- 2.7 富业务利用转介绍效能高·····(35)
- 2.8 富业务胆大心细出其不意·····(38)
- 2.9 富业务推销自我赢顾客·····(40)
- 2.10 富业务利用“第三者”接近顾客·····(42)
- 2.11 富业务巧用产品促约见·····(44)
- 2.12 富业务深谙“诱之以利”·····(47)
- 2.13 富业务巧借好奇招顾客·····(49)
- 2.14 富业务巧用“一鸣惊人”·····(52)
- 2.15 富业务注重戏剧性效果·····(55)
- 2.16 富业务善于提出问题·····(58)

### 法则3 心态法则

**富业务心态积极习惯好，穷业务心态消极挫折多**

- 3.1 富业务一向相信自己·····(65)
- 3.2 富业务尊重自己的职业·····(67)
- 3.3 富业务时刻充满热情·····(69)
- 3.4 穷业务往往态度傲慢·····(72)
- 3.5 穷业务过于急功近利·····(75)
- 3.6 富业务从不向拒绝低头·····(77)
- 3.7 穷业务面对顾客容易紧张·····(79)
- 3.8 穷业务大多缺乏耐心·····(80)
- 3.9 富业务正确对待抱怨·····(81)
- 3.10 富业务保持心态有定律·····(86)

## 法则 4 时间法则

### 富业务巧用时间效率高，穷业务妄用时间成本高

- 4.1 穷业务都是大忙人·····(91)
- 4.2 富业务与“拖延”绝缘·····(94)
- 4.3 富业务仔细选择访问时间·····(97)
- 4.4 富业务珍惜顾客的时间·····(100)
- 4.5 富业务巧用等待的时间·····(103)
- 4.6 富业务有效沟通的时间规律·····(105)
- 4.7 富业务重视“星期一成交”·····(107)

## 法则 5 印象法则

### 富业务形象完美人脉增，穷业务不拘小节失利多

- 5.1 富业务成功靠衣装·····(111)
- 5.2 富业务擅长包装自己·····(114)
- 5.3 富业务举止自然得体·····(116)
- 5.4 富业务深知“名片小，作用大”·····(121)
- 5.5 富业务一开场就能打动人心·····(124)
- 5.6 富业务成功登场有艺术·····(126)
- 5.7 富业务销售有禁语·····(129)
- 5.8 富业务引出话题有技巧·····(131)



## 法则6 沟通法则

### 富业务得体到位促交流，穷业务无规无法碍沟通

- 6.1 富业务以微笑为沟通武器 .....(135)
- 6.2 富业务快速找到共同话题 .....(137)
- 6.3 富业务运用良好的肢体语言 .....(142)
- 6.4 富业务懂得会说更要会听 .....(145)
- 6.5 富业务多用商量的语气 .....(148)
- 6.6 富业务善于举例子 .....(150)
- 6.7 富业务对待拒绝很诚恳 .....(153)
- 6.8 富业务避免让顾客说得过多 .....(156)
- 6.9 富业务侧面应对顾客的借口 .....(159)
- 6.10 富业务电话沟通讲策略.....(163)
- 6.11 富业务精心策划电话推销.....(167)
- 6.12 富业务引导顾客说是.....(170)
- 6.13 富业务善于倾听.....(174)
- 6.14 富业务措辞得体.....(178)
- 6.15 穷业务演说，富业务说服.....(181)
- 6.16 穷业务抓不住推销重点.....(184)
- 6.17 富业务巧妙拒绝客户.....(187)
- 6.18 富业务远离陈腔滥调.....(190)

## 法则7 心理法则

### 富业务读懂心理业绩升，穷业务盲从销售步履艰

- 7.1 富业务把握客户心理有规律 ..... (195)
- 7.2 富业务巧妙开启客户心动钮 ..... (198)
- 7.3 富业务温暖的掩饰客户的借口 ..... (201)
- 7.4 富业务避免为细节所困 ..... (203)
- 7.5 富业务善于消除客户的警戒心 ..... (205)
- 7.6 富业务三秒钟抓住顾客的心 ..... (207)
- 7.7 富业务巧用示范吸引顾客 ..... (210)
- 7.8 富业务与客户同步思维 ..... (213)
- 7.9 穷业务被顾客牵着鼻子走 ..... (216)
- 7.10 富业务善于调整客户的心理 ..... (220)
- 7.11 富业务适当的说出产品的缺点 ..... (222)
- 7.12 富业务因人而异，有的放矢 ..... (225)

## 法则8 情感法则

### 富业务推销自己重人情，穷业务推销产品重利益

- 8.1 富业务让顾客感受温情 ..... (231)
- 8.2 富业务确切把握客户情绪 ..... (234)
- 8.3 富业务是顾客信任的朋友 ..... (237)
- 8.4 穷业务忽视客户的感受 ..... (239)

- 8.5 富业务从不说有损客户的话 ..... (241)
- 8.6 富业务切忌跟顾客斤斤计较 ..... (243)
- 8.7 成交并非富业务工作的结束 ..... (245)
- 8.8 富业务不被发火的顾客所左右 ..... (248)
- 8.9 富业务建立好感之后谈生意 ..... (252)
- 8.10 富业务是幽默高手 ..... (255)
- 8.11 富业务逐步促进顾客购买 ..... (258)
- 8.12 富业务善用感情攻势 ..... (260)
- 8.13 富业务以忍耐对付爱面子的人 ..... (263)

### 法则9 促成法则

**富业务促成交易有学问，穷业务不熟方法欠收效**

- 9.1 富业务准确判断客户的购买能力 ..... (269)
- 9.2 富业务善于创造顾客需求 ..... (271)
- 9.3 富业务把客户“抓牢” ..... (275)
- 9.4 别给客户说“不”的机会 ..... (277)
- 9.5 穷业务常犯这样的错误 ..... (279)
- 9.6 富业务从容应对意外情况 ..... (282)
- 9.7 富业务引导客户做决定 ..... (284)
- 9.8 富业务轻松应对客户寻根究底 ..... (286)

## 法则 10 成交法则

### 富业务捕捉机会易成交，穷业务缺乏技能错时机

- 10.1 富业务善于捕捉成交信号·····(291)
- 10.2 富业务时刻注意的 20 个讯号·····(294)
- 10.3 富业务所认同的购买信号·····(297)
- 10.4 富业务善于把握成交时机·····(300)
- 10.5 富业务能够妥善收尾·····(302)
- 10.6 富业务做适当让步·····(305)

## 法则 11 人脉法则

### 富业务人脉兴旺事业兴，穷业务人际贫乏成功难

- 11.1 富业务递增人脉有规律·····(309)
- 11.2 富业务视客户是永久的资源·····(312)
- 11.3 富业务善于发挥小礼品的大作用·····(315)
- 11.4 富业务修炼人脉在平时·····(318)
- 11.5 富业务扩展人脉占主动·····(320)
- 11.6 富业务活用“朋友档案”·····(322)
- 11.7 富业务在生意中交朋友·····(326)
- 11.8 富业务与人交往重情谊·····(329)

---

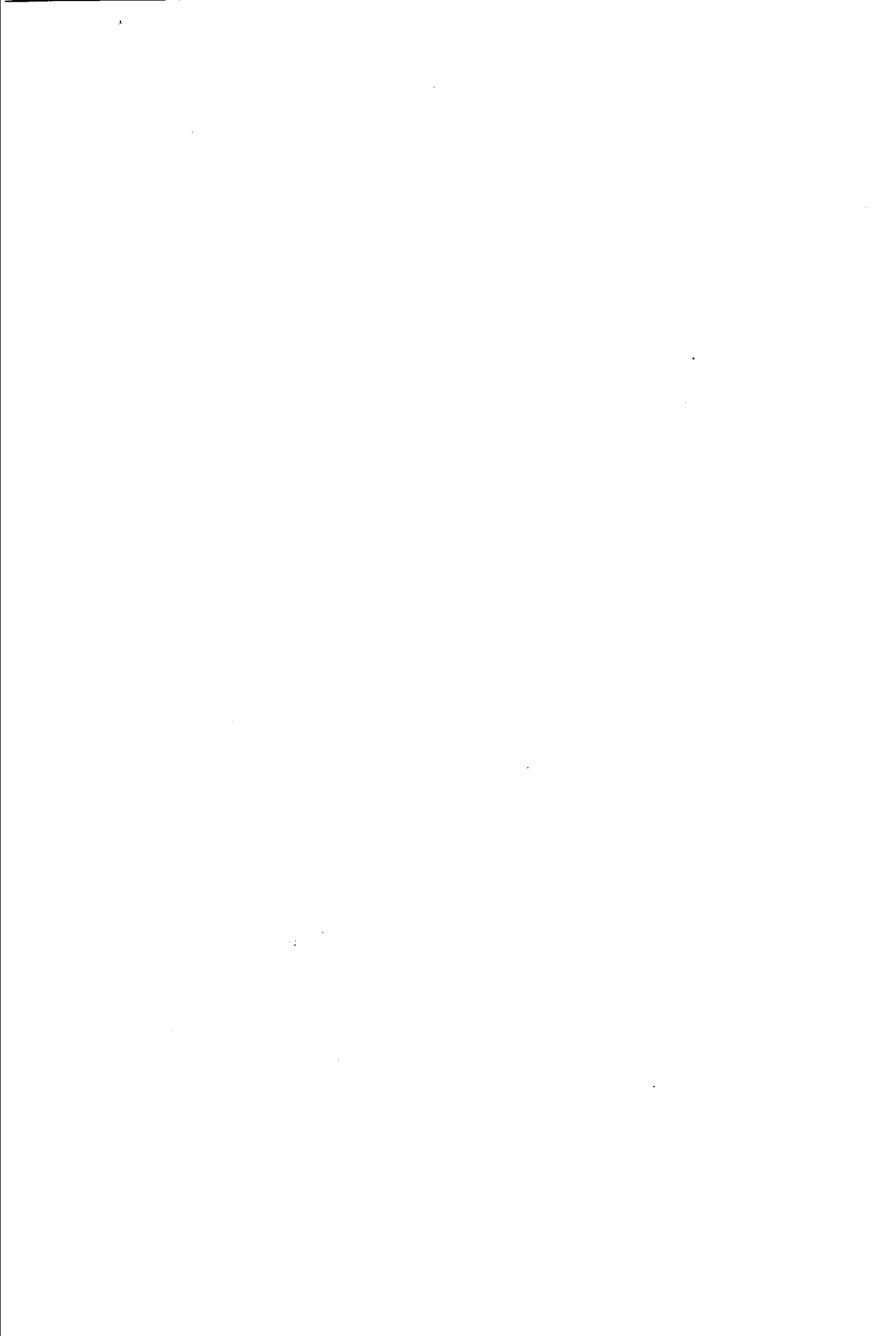
## 法则 1 准备法则

富业务充分准备有方法，穷业务忽视准备绩效差

你遇到下列问题了吗？



- 做业务之前该做什么准备？
  - 你需要了解产品的哪些知识？
  - 你需要了解对手的哪些情况？
- 
-



## 1.1 富业务因有备而“无患”

俗话说：凡事预则立，不预则废。业务员做业务也是一样，绝不能打没有准备之仗。现在，让我们来看看富业务在推销之前需要做哪些准备工作。

富业务善于从潜在客户身上发现尽可能多的信息，例如他的生活习惯、他的家庭、他的兴趣、他的爱好、他的需要、他的渴望、他喜欢什么、不喜欢什么，以及一切有关的信息。有了这些，富业务就能够摸准客户的“病情”，对症下药。

当进入销售阶段之后，富业务就能指出客户的问题所在（因为他已经做过准备），说出他的渴望、他的要求、他的需要、甚至是他的伤痛，然后向客户提供解决方案，提供能够治疗这一切的药方。因为富业务做了认真的准备，客户就很容易接受他提出的解决方案，不需要他做很多工作，就会毫不迟疑地与他达成销售意向。这是最好的推销方式之一，它会使客户顺从富业务的意愿，使富业务获益。这种推销也能换来名誉，为富业务带来连锁推销。

出去拜访时，富业务一般都随身携带下列物品：手帕、手表、皮包、打火机、名片、小梳子、记事本、身份证等。

这些物件对业务员来说，都是极具重要性的辅助用具。但穷业务却往往为这些小事微不足道，好像可有可无。他们出去拜访时常常忘了带打火机，好在有的会客室中备有打火机，使场面不致于尴尬。假定这些人跑到没有预备打火机的公司去拜访，将会留给客户一个什么样的印象呢？

有一位业务员出了这样一个笑话：那是在一个大热天，他去

推销，因为忘了携带手帕，脸上出了大把汗也无法擦拭，有一个女职员看不过去，就递了面巾给他，使得这个业务员惭愧得半天说不出话来。另有一个业务员更可笑，当要告辞时，像蚊子叫似的不好意思地嘟囔道：“对不起，可不可以借我一点钱搭车回去？”一边说，一边面红耳赤。

这样的情况无疑会使业务员的努力大打折扣，甚至会适得其反，从此失去一个潜在的客户。

还有一些穷业务比这种情况更严重，他们甚至连最重要的东西都可能忘记，譬如价格表、契约书、订货单、公司或自己的名片、货品的说明书等等。有些为商讨图样而来的业务员，甚至把图样都忘在公司里；某些业务员在成交鉴单时突然发现忘了带订货单；有的业务员在前去说明并示范使用机器时，忘记携带样本或说明书。这和士兵打仗不带武器有什么区别呢？又怎么可能打胜仗呢？如果你是初次去访问，也是同样的道理，切不可认为是头一次去，就不大在意，其实一样应该准备充分。

与人初次见面，最好预先打一通电话沟通一下意见，约好了时间地点再去拜访。倘若在客户向你索要什么物件时，你如此回答：“啊！对不起，今天没带来，这样好了，我立刻给你送来好不好？”那么客户也许就因为你预备不充分，从而拒绝你。或许你以为：“对于普通的客户，初次会面时，不致于谈得这么详细。”那你就错了。即使你以前的客户是那样的，你又怎能担保以后的客户也是这样的呢？

所以永远要记住：对于业务员来说，“有备”才能“无患。”



**富业务提示：**

充分了解客户，做好一切准备，然后出发，这是富业务的成功方法。千万不要让自己漏洞百出，这不仅仅是一次生意上的失败，更是作为一个业务员的失败。