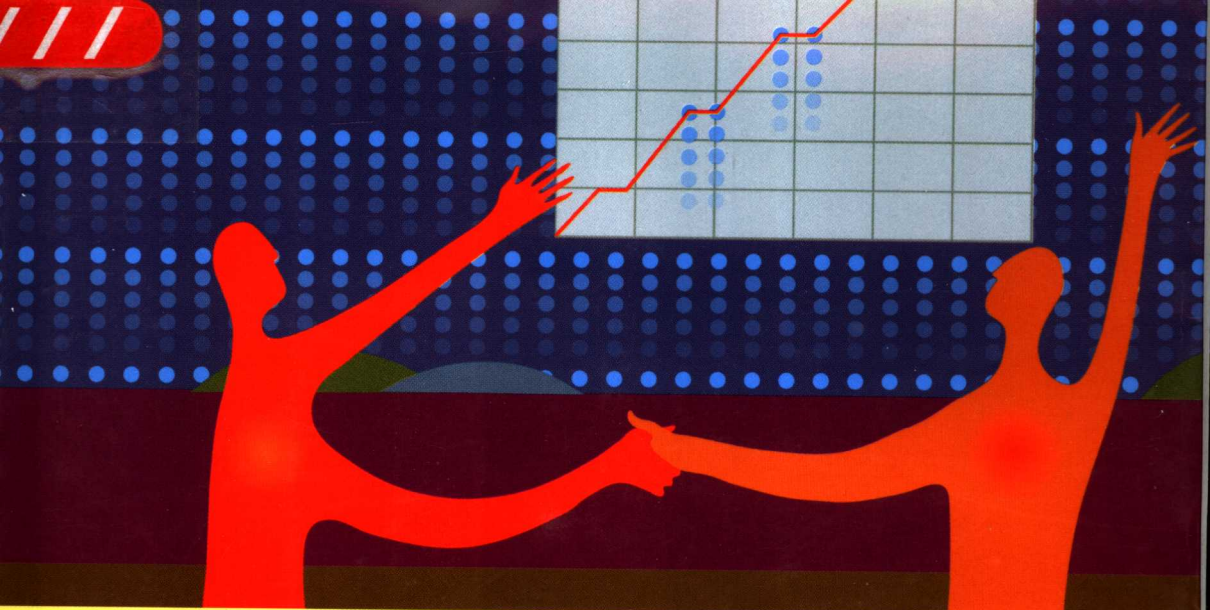
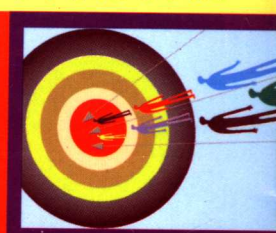
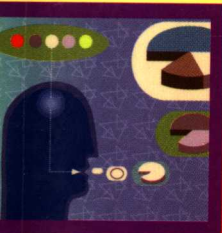




积极经营丛书

国际知名销售培训专家为你支招



the secrets of
SUCCESSFUL
SELLING

成功销售的秘诀

——培养销售高手的20种实战技能

〔英〕科里斯蒂娜·撒斯 著

书海出版社

成功销售的秘诀

the secrets of
SUCCESSFUL
SELLING

培养销售高手的
20 种实战技能



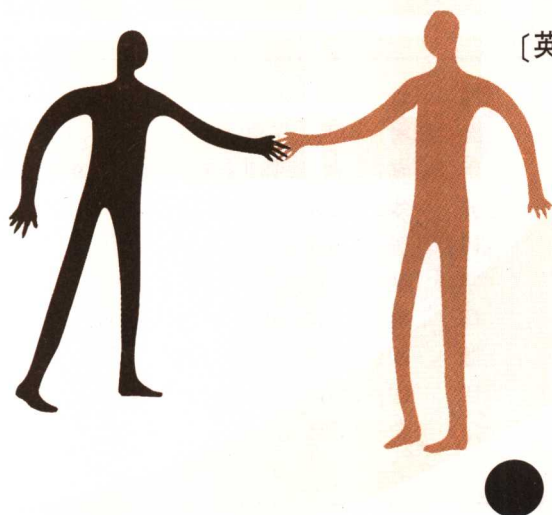


成功销售的秘诀

the secrets of
SUCCESSFUL
SELLING

培养销售高手的
20 种实战技能

[英]科里斯蒂娜·撒斯 著
高文书 译



书海出版社

AC14/12

图书在版编目 (CIP) 数据

成功销售的秘诀: 培养销售高手的 20 种实战技能/[英] 科里斯蒂娜·撒斯著. 高文书译. —太原: 书海出版社, 2005.1

(积极经营丛书)

书名原文: The Secrets of Successful Selling

ISBN 7-80550-651-5

I. 成... II. ①科... ②高... III. 市场营销学
IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 135004 号

The Secrets of Successful Selling

All Rights Reserved

Copyright © Duncan Baird Publishers 2004

Text Copyright © Kristina Susac 2004

Commissioned Artwork Copyright © Duncan Baird Publishers 2004

《成功销售的秘诀》中文简体字版由美国北极星传媒有限公司合作引进

成功销售的秘诀

——培养销售高手的 20 种实战技能

著 者: [英] 科里斯蒂娜·撒斯

译 者: 高文书

责任编辑: 郝文霞

出 版 者: 书海出版社

地 址: 太原市建设南路 15 号

邮 编: 030012

电 话: 0351-4922220 (发行中心)

0351-4922217 (综合办)

E-mail: Fxxz@sxsccb.com (发行中心)

Web@sxsccb.com (信息室)

Haowx@sxsccb.com (编辑部)

网 址: www.sxsccb.com

经 销 者: 山西人民出版社

承 印 者: 山西新华印业有限公司新华印刷分公司

开 本: 787mm×960mm 1/16

印 张: 9.625

字 数: 80 千字

印 数: 1-10 000 册

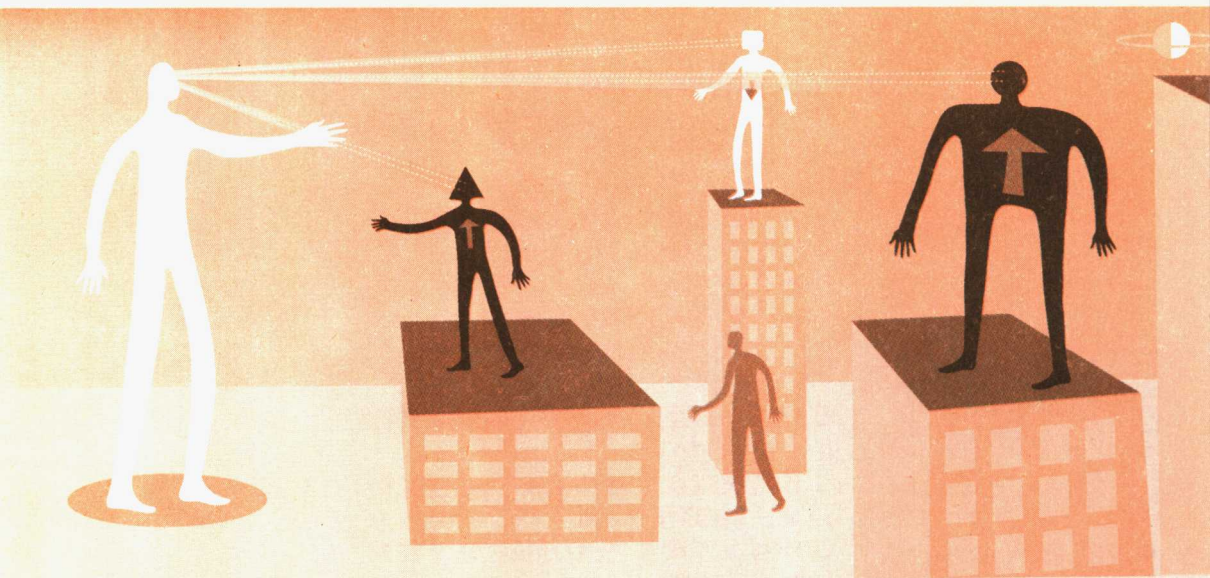
版 次: 2005 年 1 月第 1 版

印 次: 2005 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 16.80 元

版权登记 图字: 04-2004-024

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



谨以我的处女作，献给我生命中两位最重要的女性——我的母亲珍妮和我的女儿娜塔莉·珍妮。感谢母亲为我们所做的一切。感谢她给予尼克、约翰和我无私的母爱与快乐的童年。感谢她让我们拥有坚定的信念、坚强的意志。还有你，我亲爱的女儿，你是无限的光明和灵感，照亮我平凡的人生。

目录

序 18

第一章 销售准备 /10

销售员是天生的,还是后天培养的 /12

熟悉你的产品 /14

了解你的市场 /16

工作解决方案 1 组建你的客户团 /17

规划你的销售区 /18

管理你的销售区 /20

准备一个销售工具箱 /22

对你的销售成绩负责 /24

开发潜在客户 /26

工作解决方案 2 画一张“潜在客户管道图” /29

陌生推销 /30

工作解决方案 3 积极地进行陌生推销 /33

打电话预约客户 /34

工作解决方案 4 交替选择技巧 /37

做好访前计划 /38

工作解决方案 5 打电话前制作一张工作计划表 /41

遴选潜在客户 /42

工作解决方案 6 通过提问甄别潜在客户 /45

第二章 交际艺术 /46

建立友善关系 /48

工作解决方案 7 为友善关系打基础 /51

满足客户的个人需求 /52

工作解决方案 8 提高自身的能力 /53

满足客户所在公司的需求 /54

说明既得利益 /56

探查实际情况 /58

工作解决方案 9 诊断病情,开出药方 /61

提问的技巧 /62

工作解决方案 10 实用的提问技巧 /63

非言语交际 /64

工作解决方案 11 不发一言即可成功交流 /67

言语与声音的技巧 /68

工作解决方案 12 让你的声音悦耳动听 /71

四种客户类型 /72

工作解决方案 13 调整自己以求成功 /75

倾听 /76

第三章 重要的销售技巧 /80

对“特征”及“利益”的理解 /82

使你的产品或服务增值 /84

介绍解决方案 /86

产品介绍的技巧 /88

工作解决方案 14 组织你的陈述内容 /91

工作解决方案 15 让听众参与 /95

向多个决策者进行推销 /96

消除客户顾虑 /100

谈判 /104

工作解决方案 16 创造“双赢”的结果 /107

何时成交 /108

第四章 保持积极的状态 /112

保持生活的平衡与和谐 /114

工作解决方案 17 审视你的生活 /115

树立个人目标 /116

树立你的价值观 /118

合理安排时间 /120

应对拒绝 /124

工作解决方案 18 保持积极主动的态度 /127

重新评估你的方法 /128

提高业绩 /130

第五章 关注客户 留住客户 /132

管理客户 /134

工作解决方案 19 建立客户管理档案 /135

客户服务 /136

将批评视作动力 /140

如何对待生气的客户 /142

工作解决方案 20 提供令人难忘的客户服务 /145

以质量和服务取胜 /146

超越客户的期望 /150

提高客户的忠诚度 /152

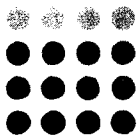
序

在充满挑战的销售活动中,一些人表现出色,而另一些人尽管也同样努力,却完不成销售任务。是那些“销售之星”具有更丰富的产品或市场知识,还是他们更有经验,抑或是他们有什么秘诀?

在市场竞争日趋白热化的今天,仅有销售技巧是远远不够的。如今的购买者深知,作为交易的一方,他们比以往任何时候都更有发言权。各家销售公司每天都会给他们发来铺天盖地的报价单。因此,除了报价低以外,销售人员只有提供其他的优惠服务,购买者才会动心。

“协商性伙伴关系销售法”是指除了给购买者提供他们所需的产品或服务外,还要与客户建立一种长期的业务合作关系。销售人员要随时了解客户公司的需求变化,作为合作伙伴,不断地满足客户的种种需求。

本书介绍了一些主要的销售技巧,重点在于“协商性伙伴关系销售法”。逐章学下来,你就会知道怎样做销售区调研,如何了解销售区内各商家的情况,怎样做出明智的选择、优化资源配置。另外,你还将学习怎样充满自信地与新的潜在客户打交道,如何与潜在客户建立坚实、长期的合作关系。同时,就销售过程中遇到的一些问题,我们也给出了相应的建议。例如,多数销售人员会对打陌生推销电话、开产品介绍会、选择恰当的时机成





交、受理客户投诉等感到头疼,我们将教给你解决这些棘手问题的技巧。重要的销售技巧主要在第二章讨论,例如如何问恰当的问题、了解肢体语言的作用等。第四章主要讨论怎样看待销售这一职业;如何在工作与生活之间找到平衡;如果事与愿违,该怎么应对;如何不断总结经验教训来改进你的工作;把你的职业看成是一项事业,等等。

注重实践并不断地总结成败得失,学会正确、灵活地运用“协商性伙伴关系销售法”,属于你的成功便指日可待。



“协商性伙伴关系销售法”绝不是一种具有侵略意味或是以控制他人为目的的伎俩,因为这种方法的核心是精诚合作、共创“双赢”。

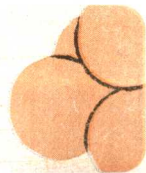
第一章

销售准备

中国有句古话：“预则立。”意思是说，凡事有所准备，才会成功。在销售活动中，准备工作是成功的基石。很多人之所以完不成销售任务，最主要的原因之一，就是缺少扎实、细致的准备工作。准备工作会让你懂得，谁是一个好的主顾，谁不是。在销售准备阶段，你的大脑会反复地思考：怎样接近客户？在与客户的会晤中可以期待些什么？当你准备充分、意态从容地来到客户面前时，客户眼里的你知识丰富、值得信任。经常性的计划和准备工作，能使你随时掌握自己的销售成绩，能在你需要改变工作方法时及早给予提示。



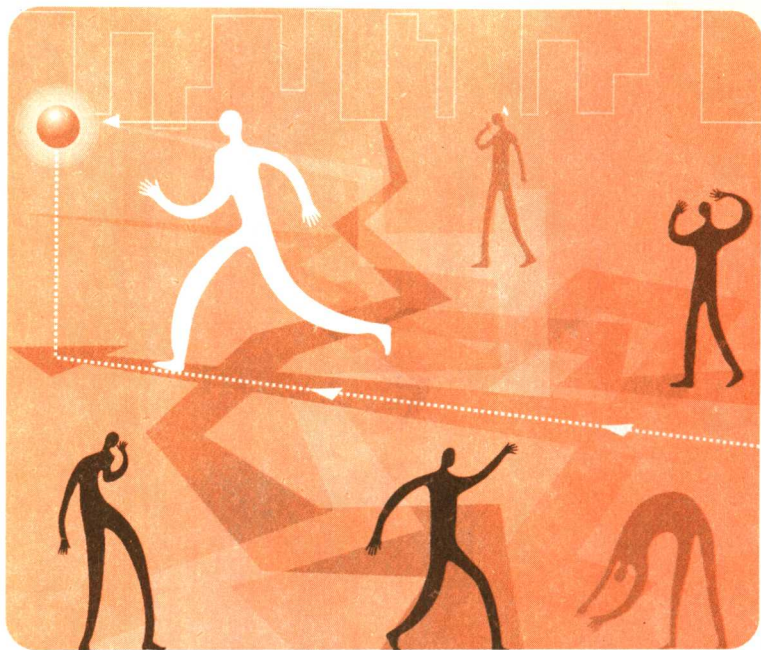
本章重点探讨销售开始阶段所需要的技巧，即研究、组织、区分事物的主次。包括怎样界定和管理你的销售区，怎样计划和安排时间，当然，最重要的是帮助销售人员解决两个最头痛的问题：怎样发现新的销售线索和打陌生推销电话。此外，还提供了一些非常实用的操作建议，以保证你的行动能收到预期效果。



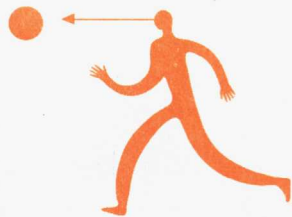
本章结束部分，探讨了怎样为销售会晤做准备，包括如何巧妙地设计问题，如何遴选潜在客户。



销售员是天生的,还是后天培养的



也许你正在考虑是否要做一名职业销售员,或者你已经是
一名职业销售员,正在努力提高销售技巧,努力向着“销售高手”
的目标迈进。那么,你可能曾经不止一次地问过自己:“销售人员
到底应该具备什么条件?我具备这些条件吗?”“女人是否比男人
更适合于做销售工作?”“只有那些善于交际、性格活泼的人才能
成为销售明星吗?”对于这些问题,也许没有一个标准答案。就像
世上没有两片完全相同的叶子一样,成功的销售人员也千差万
别,所以不能笼统地给他们下定义。不过,确有几品质是做一
名成功的销售人员所必须具备的。



一名成功的销售人员最重要的品质是坚忍不拔、永不服输。此外,还得善于制定目标,并努力加以实现。分析你的性格类型与公司的战略目标是否“兼容”。假如你的公司是动态的、客户驱动型的、富于变化的,而你却是一个按部就班的人,那么就很难相互适应,往往会出现令双方都不满意的尴尬局面。

销售工作特别适合于那些善于自我激励、自我引导和自我管理的人。老板提出销售目标,你负责找到最有效的途径抵达目标。你必须是个沟通能手,思维敏捷,思路开阔,善于接受新事物,并且还要具备分析问题的能力,因为你免不了要随时随地评定客户,评估形势,把握商业机会并提出解决方案。

作为一名职业销售人员,应该深刻地理解“销售”一词的含义。这一点十分重要。切记,你是为客户提供帮助的人,帮助他们节约时间,改变生活方式。一个成功的职业销售人员一定非常了解他的客户,知道客户们所从事的工作以及他们的需求。他是客户的支持者,是团队的成员之一,是难题的解决者。他善于不断地自我调整,以满足客户的需求。

在竞争日益激烈的今天,一个成功的销售人员需要具备的知识和技能与过去大不相同。无论你此刻取得了怎样骄人的成绩,都不足以保证你明天仍是个赢家。你必须不断地充实自己、锤炼自己,不断地改变销售风格,以适应商海的潮起潮落、变幻莫测。

只有本领高强的销售人员,才能适应商海的潮起潮落、变幻莫测。

熟悉你的产品

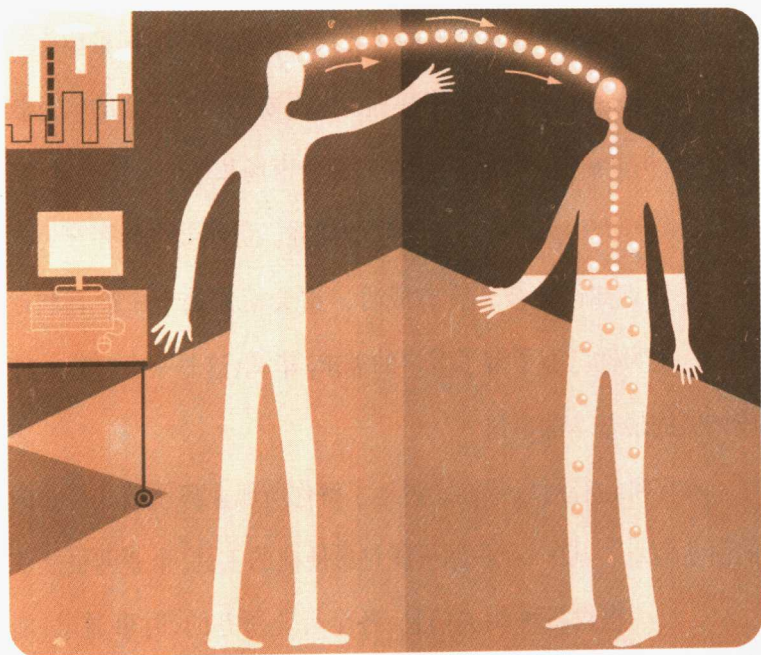


销售人员必须具备产品知识。客户更乐于购买此类销售人员的产品和服务：他们知道自己推销的是什么。若无产品知识，所有的销售技巧都宛如空中楼阁。

熟悉你的产品意味着：知道它的用途；知道谁会使用这种产品；了解该产品的性能和特点；了解公司在市场中的地位；知道你的产品与竞争对手的产品有何异同；懂得如何充满自信地展示你的产品。

获取产品知识的传统方式是参加员工培训和阅读产品手册。然而，产品手册多由技术专家撰写，他们更多地关心产品的技术问题，而很少考虑客户的心理特点。诚然，了解产品的特点很重要，但仅限于此是远远不够的。若想使你的产品大受欢迎，不仅要质量过硬，还要能传递给购买者某种“希望”。也许你的产品具有某种技术优势，但是如果你不能讲清楚这种优势到底会给客户带来什么利益，比如为他们排忧解难、消除压力或提供方便，你就不会成功。因为，人们购买的是良好的感觉和解决问题的方案。

要想获得产品知识，首先应该实实在在地问自己几个问题：此类产品怎样才能够最大限度地解决客户的困难？设身处地为客户着想，问问自己，那些贵宾级客户为什么对你们公司的产品情有独钟？你们公司在哪些方面做得很好？与竞争对手相比，你们的优势何在？有何不足？最近失去了哪些客户？是什么原因造成的？是不是定价、服务、产品质量或者技术方面的原因使他们



转身离去？

关于客户对产品的态度，一个很好的信息来源，就是那些直接把产品卖给客户的同事。当然，客户自己也可能会提出一些建议，告诉你他们今后需要什么。这些反馈信息不仅对你来说很重要，而且对于产品研发部门的人员也很重要。

为了更好地与客户交流产品知识，向客户说明他们正在使用的产品或服务如何之好，最有效的办法就是，你自己也在使用的产品或服务，即把自己放在客户的位置，与产品保持零距离接触。

熟悉产品的最好方法是与产品保持零距离接触。

了解你的市场

一旦有了一个潜在客户的重要线索，你自然迫切希望直接进入销售程序。但是，请忍耐一下，你需要先完成必要的信息收集工作。提前研究一下客户所在的细分市场和他的总体要求，从而对他的行为和需求有一个宏观的把握。当你最终与客户见面时，要做到知己知彼、胸有成竹，这会使你处于一种有利地位——因为你已经了解了客户的需求。毕竟，这是一个合作伙伴应该做的最基本的事情。

有多种途径可以帮你宏观地了解你所属业务领域和行业内的商业信息。其中，互联网可能是最便捷的工具，企业网页能够

提供各种相关信息，各个行业所办的《时事通讯》能帮你跟踪最新的市场走势，获得最新的统计数据，你还可以从商业报纸和杂志上收集信息。你们公司应该有人专门从事剪报工作，进行市场调研。另外，加入行业协会对构建事业网络、收集情报非常重要。

再者，也要善于利用现有客户所掌握的信息。只要有会，多数商务人员都喜欢谈论公司的情况，包括公司的市场地位、竞争对手、计划和战略等，这些信息存储于客户的头脑中，对你来说弥足珍贵。记住，要想使自己进入客户的议事日程，首先得弄清楚客户的议事日程是什么。

