



销售大讲堂

金牌销售

JINPAI XIAOSHOU

八步法则

肖建中 著



销售培训领域实战专家揭示成交秘密

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

销售大讲堂

金牌销售八步法则

肖建中 著

人民邮电出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

金牌销售八步法则 / 肖建中著. —北京: 人民邮电出版社, 2005.5

ISBN 7-115-13393-X

I. 金... II. 肖... III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2005) 第033264号

销售大讲堂 金牌销售八步法则

-
- ◆ 著 肖建中
责任编辑 吴大伟
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
读者热线 010-51626398 (编辑部) 010-51626376 (销售部)
北京迪杰创世信息技术有限公司制作
北京展望印刷厂印制
新华书店总店北京发行所经销
- ◆ 开本: 980 × 1194 1/16
印张: 13.25
字数: 150千字 2005年5月第1版
2005年5月北京第1次印刷
ISBN 7-115-13393-X/F · 624
-

定价: 27.00元

本书如有印装质量问题, 请与本社联系 电话: (010) 51626398



肖建中，著名营销教练、实战培训专家、零售专家，首创体验式互动教学与顾问式实战培训新模式，主持过诸多企业内训、公开培训与顾问项目，服务过的企业有中国移动、惠普、金利来、乐百氏、乔士集团等。

肖建中先生主讲的课程及著作有《王牌店长经理十项全能训练》、《代理商十项全能训练》、《销售人员十项全能训练》、《服务人员十项全能训练》、《麦当劳标准化执行细节》等。如欲同肖先生交流，请联系 E-mail：
t13331017395@126.com。



前言

随着我国市场经济的不断发展，商品的日益丰富，商品销售市场的竞争愈来愈激烈，销售工作受到了前所未有的重视。谁能在最短的时间内将最多的商品销售出去，谁就具有最大的优势。

企业的产品与技术容易被竞争对手模仿，在这种情况下，销售服务就是产生差异的主要手段，只有销售服务中人的因素——代表公司形象和服务意识的每个员工所表现出来的思想、行动和意识才是不可模仿的！

马克思说“从商品到货币是惊险的一跳”，担负着将商品变成货币重任的是销售人员。由于工作时间长、固定报酬相对较低，很多销售人员受教育程度相对偏低，使得这些人的整体素质水平不是很高，他们工作的重要性与自身技能水平成为一个矛盾体。

目前，越来越多的企业已经认识到销售人员的重要性。培训和提高销售人员的业务技能，提升销售业绩是每个企业与销售人员的心愿，具有实战经验且能即学即用的培训教材是其梦寐以求的宝典。

本人在多年的销售研究与实践基础上，总结出能够快速提升销售业绩的《金牌销售八步法则》。本书适宜用做对在职或将要就职的销售人员进行心态、技术等专业培训，从而能使其在较短时间内成为销售高手，技能水平与业绩更上一层楼。

感谢北京师范大学国际特许经营学院、清华大学继续教育学院为我提供教学的舞台；感谢雅芳、百事、快可立等企业为我提供顾问式培训实践的机会。

因时间仓促及作者水平有限，书中不当与疏漏之处在所难免，真诚欢迎读者朋友切磋交流，请联系E-mail:f6868@126.com。

肖建中

2005年1月



目录

第一步	心态决定成败——一切从“心”开始	1
	销售就是“将商品卖给顾客”吗	1
	什么是金牌销售	3
	金牌销售人员的三大观念	8
	好心态让你做命运的主宰	10
	自我激励和心态调整	13
	避免销售的十大误区	16
第二步	金牌销售的准备——知己知彼，百战百胜	21
	找到打开顾客心扉的钥匙	22
	洞悉顾客消费心理	22
	顾客的购买动机	27
	九大类型顾客的特点及应对办法	32
	塑造自信的职业形象	41
	了解所销售的商品	53
	等待时的姿势与位置	55
	促销用品、道具准备	57
	展会是美好一天的开始	59
第三步	创造温馨愉快的开始——好的开始是成功的一半	63
	用微笑建立桥梁	63
	巧用开场白	70
	赞美的力量	75
	接近顾客的五种技巧	82
第四步	如何发掘顾客需求——“望闻问切”号准脉	85
	观察顾客的反应	85
	询问顾客的需求	93
	聆听顾客的声音	100
	回答顾客的问题	104
	案例分析	110



目录

第五步	介绍和展示商品——打动顾客良方	113
	成功推介的三大法则	113
	提炼商品的独特卖点	118
	商品展示的七个要点	121
	介绍商品的方法与技巧	125
	案例分析	134
第六步	巧妙处理顾客异议——嫌货才是买货人	137
	真假异议的区分	137
	存在虚假异议的四种原因	138
	顾客异议的七种类型	141
	处理异议的原则	143
	处理异议的四个步骤	145
	处理异议的常用方法	147
	处理异议的技巧	149
	如何处理价格异议	152
第七步	快速达成交易——踢好临门一脚	159
	激发顾客购买欲望的方法	159
	把握顾客购买时机	163
	辨别顾客的购买信号	165
	促成交易的六大技巧	168
	促成交易的11种方法	170
	附加推销技巧	175
第八步	完善售后服务——上帝也会忠诚	179
	售后服务的作用与原则	179
	如何进行售后服务	182
	处理投诉与不满	186
	处理顾客投诉的流程与策略	190
	如何与顾客建立和谐的关系	198

第一步

心态决定成败——一切从“心”开始

本步重点：

销售就是“将商品卖给顾客”吗；
什么是金牌销售；
金牌销售人员的三大观念；
好心态让你做命运的主宰；
自我激励和心态调整；
避免销售的十大误区。

销售就是“将商品卖给顾客”吗

销售就是“将商品卖给顾客”吗？其实不尽然。销售蕴含在我们生活及工作中的各个方面。例如，当将自己的想法陈述给上司、同事、家人或朋友时，我们就是在“销售”自己的创意，我们希望对方能采纳它，从而实现自我价值……





销售与每个人都息息相关，它是人类生活中不可缺少的社会行为和交往活动。现代销售是社会经济发展的巨大动力，是推动社会进步的重要因素。可以说没有成功的销售，就没有生产的发展、技术的进步和企业的效益。

金牌销售的内涵不仅包括对顾客表示热情、尊重和关注，始终以顾客为中心，帮助顾客解决问题，而且还包括迅速响应顾客需求、持续提供优质的服务、设身处地地为顾客着想、提供个性化的服务等。

销售是精彩的表演艺术

所谓销售，是指销售人员在一定的经营环境中，采用适当的方法和技巧，说服和引导潜在顾客购买某种商品或服务，从而满足顾客需求并实现企业目标的活动过程。总之，销售包含以下三点：

- 销售是营业人员与顾客之间的双向沟通，是双方情感交流及心理活动的过程；
- 销售的核心是耐心说服和正确引导顾客的购买行为；
- 销售的目的在于满足顾客生理或心理需求并实现企业目标。

世界好比一个偌大的销售舞台，我们每个人都是这个舞台上的表演者，而优秀的销售人员则是这个舞台上的表演艺术家。他们向顾客展示自己的演示才华，用高超的沟通技巧来协商洽谈、说服对方、解决分歧，并最终实现自己的销售目标。

一般人都认为商品最重要，其实销售人员才是顾客接触的“第一样商品”，也是让商品能够具有灵魂的关键。能否让顾客停下脚步来了解一下，能否把握每一次机会在顾客心中创建品牌形象，能否激发顾客购买的欲望，能否抓住正在犹豫不决的潜在顾客，能否让潜在顾客在今后购买商品时想到你，能否让顾客感受到公司商品的生命力，都掌握在第一线销售人员的手中。

销售人员是企业、消费者及市场三者之间联系的桥梁，可以为企业带回有价值的反馈意见及市场供求信息，为企业研发新商品及制定销售策略提供依据；同时，销售人员的服务工作也有利于引导顾客的合理消费。

服务为销售增加附加值

从市场学的角度讲，服务即是以劳务满足生产或消费者的需求。在广义

的理解中，服务不是可有可无的事情，而常常被看做商品的一部分，并且是能增加商品的无形价值的一部分。要成功销售商品，就必须要有服务。

“服务”一词暗含有以下意思：

- 以微笑接待顾客；
- 要精通本职工作；
- 要对顾客态度亲切友善；
- 将每一位顾客都当做特殊及重要人物；
- 请每一位顾客再度光临；
- 要为顾客营造一个温馨的服务环境；
- 要以眼神来表示对顾客的关心。

服务已不仅仅局限于商品的售出及售后为顾客解决一些问题或者维修，更重要的是建立与顾客沟通的路径，通过与顾客一对一的交流、咨询，了解和满足他们的需求。

什么是金牌销售

销售人员是战斗在第一线的主力军，其素质的高低，将直接影响企业在市场竞争中的地位。金牌销售人员应该具备哪些素质呢？

金牌销售人员应该懂得顾客心理，并针对不同顾客的需求，运用不同的销售技巧，使顾客获得需求上的满足。这需要文化修养、语言艺术、操作技能和服务热情的有机结合。

针对每位顾客的需求而销售

1. 自我定位

金牌销售人员的自我定位应该是顾客的消费顾问、朋友，其所有行为都必须为顾客着想，满足顾客需求。因此，要成为一名金牌销售人员，就应成为顾客的消费顾问，想方设法帮助顾客解决问题，使他们获得满意的解决方案。

2. 重要职责

销售商品是金牌销售人员最重要的职责，而销售是零售服务的核心部分，



要想成为一名金牌销售人员，就必须掌握顾客心理，帮助顾客做出正确的购物选择，使顾客得到应该得到的利益。

在工作实践中，金牌销售人员应该做到以下几点。

揣摩并询问顾客对商品的兴趣和爱好。

向顾客介绍商品的有关知识。

向顾客推荐最能满足其需求的商品。

向顾客解释购买商品能获得的利益。

回答顾客的疑难问题。

向顾客推荐其他商品和服务项目。

使顾客确信自己做出的决策是明智的。

总之，销售是建立在顾客的要求和需要的基础上的，销售人员要为了顾客而销售。“为了顾客而销售”最恰当的解释是“针对每位顾客的特点而销售”，必须基于每位顾客的不同需要和要求而销售商品。

一名金牌销售人员应该向顾客提供更多有用的信息，提供更多好的主意，帮助他们选择合适的商品，并且在销售时想着顾客、想着顾客的需要、想着顾客的利益，而不是一味地推销自己的商品。

与顾客打成一片

做好销售的辅助工作也是销售人员的重要职责。

金牌销售人员一半的工作时间要花在帮助顾客解决疑问上，而另一半时间则用来做好销售的准备工作。这些准备工作包括理货、摆放商品、掌握有关的商品知识、了解最新的商品信息、进行货物盘点，以及保持销售环境的整洁等。

这些辅助工作相当重要。顾客都希望到整洁的店铺去购买商品，因为整洁的店铺能给顾客留下美好的印象，让顾客有愉快而舒畅的心情。

金牌销售人员必须注意细节的问题，尤其是在销售的辅助性工作方面往往要花费很长的时间。

1. 为顾客提供有效的服务组合

金牌销售人员应以顾客的消费顾问自许，不只单纯为顾客提供想要的服务，还要根据顾客的特点，运用专业的知识设计出一套适合顾客的服务组合

与商品组合，并向顾客说明这套组合的优点，建议其采纳。

2. 将服务与商品的最新信息提供给顾客

除了将所购商品的使用方法告知顾客外，销售人员还要将店铺最新的商品和服务项目的知识与信息主动提供给顾客，尤其是适合消费者的那些服务项目与商品。

3. 创造舒适清爽的消费环境

与店面空间摆设、陈列、装潢等硬件品质相比，销售人员的专业知识技能、礼貌、态度等软件品质更是店铺品质的关键。两者相协调，才能让顾客享受到愉快舒畅的消费环境。

4. 使顾客对店铺产生信赖、认同感

除了扮演好服务、销售商品的角色外，销售人员最重要的是与顾客在生活与情感上打成一片，使顾客除了信赖、认同其技术与知识外，还产生情感上的认同。

金牌销售人员可以在服务过程中与顾客分享生活上的经验。例如，社区销售人员最好多参加社区活动，与社区居民的生活打成一片，定期探访社区中有需求的消费群，告知服务与商品信息，并成为商品信息的传递站。

金牌销售人员的素质修炼

金牌销售人员除了要具备扎实的商品知识和销售技巧，还必须在自身素质方面不断修炼和提高。

资料显示，零售行业中只有10%的销售人员是因为业务不熟练被解雇的，而其他的90%是因为脾气、性格等问题而砸了自己的饭碗。

金牌销售人员必须按表1-1所示的各个方面修炼和提高自己的素质。

表1-1 销售人员的修炼项目

忠诚	整洁	雄心
职业作风	体谅	谦让
沉着	守时	可靠
同情心	自我控制	幽默
正直	老练	热情
创造性	协作	自信



1. 顾客心中的金牌销售人员

与以往相比，现在的顾客视野更开阔，信息更灵通，对商品的需求量更大。顾客不仅是购买商品，同时也是购买利益、购买自己需要的满足，他们想知道从所购买的商品和服务中能够得到什么利益。

顾客心中的金牌销售人员具有以下特征：

- 外表整洁；
- 热情友好，乐于助人；
- 有礼貌，有耐心；
- 能够提供方便、快捷的服务；
- 能够耐心地听取顾客的意见和要求；
- 熟知商品的优点；
- 能很好地回答顾客的问题；
- 能提出建设性的意见；
- 关心顾客的利益，急顾客之所急；
- 能够提供准确的商品信息；
- 能够记住顾客的爱好和习惯；
- 能够帮助顾客选择最合适的商品或服务项目。

2. 十条金牌服务理念

如果一名顾客离开你的店铺后不再光顾，你是否想过其中最重要的原因是什么？统计结果显示，价格、商品种类、服务设施等方面的原因只占10%，而其他90%是因为销售人员的服务质量！因此，销售人员的服务是决定店铺经营好坏的第一要素。

业务娴熟、服务热情是店铺经营成功的法则，金牌销售人员在为顾客提供服务的时候应遵循下列理念：

- 满足顾客的需求就是我们的工作；
- 顾客是我们应该给予最高礼遇的人；
- 不是顾客有求于我们，而是我们有求于顾客；
- 顾客是销售人员、店铺经理和业主收入的主要来源；
- 顾客是商业经营中最重要的人；
- 顾客是店铺经营活动中的“血液”；
- 顾客是为“买”而来的；

顾客不是外人，而是店铺的一个组成部分；

顾客会给我们带来利益；

顾客不是冷血动物，他们有七情六欲。

销售是帮助顾客购买自己所喜爱的商品的一个过程。在这个过程中，销售人员是他们的问题解决者、难题答疑者。销售人员应该在为顾客真诚服务的过程中体会到自己工作的价值。

3. “三意主义”

(1) **热意**。热意即热情，是使顾客满意的关键，是金牌销售人员无可取代的财产。一名销售人员无论技术多高、人品多好，一旦缺乏热意就无法成功。

(2) **诚意**。诚意即诚恳，如果对顾客缺乏诚意，纵使表面再怎么亲热，终究与小偷、骗子相去不远。诚意是个人良心的表现，会在当事者的举手投足之间流露无遗，顾客可以透过直觉洞察其中虚实。

(3) **创意**。从事销售工作多年之后，销售人员很容易变得呆板僵化，要想保持新鲜活力，就需要创造性。创造性有利于所有服务与销售活动，能带来莫大利益。

4. “三大意识”

(1) **顾客意识**。如果不能得到顾客的青睐，无论服务与商品何等优良也是枉然。所以销售人员必须树立顾客至上的观念，时时注意目标消费群消费习性与趋势的变化，以及同业竞争的策略与动作，从而设计出最合乎顾客需求的服务与商品组合，满足顾客的需求。

(2) **成本意识**。销售人员要对时间、人力、用品、工具、设备的浪费保持问题意识。店铺的一切花费皆属成本，因此必须时时、事事注意节约，降低成本，其间又以工作时间的质与量为最大的成本。你所节省下来的成本就会一点一滴地化为店铺的收益，你的报酬也会跟着增加。

(3) **合作意识**。店铺是由抱有共同目标的一群人所组成的，因此，所有人员在行动上一定要协调一致。身为组织成员的你，必须对此有所自觉，从而增强合作意识。



金牌销售人员的三大观念

顾客是衣食父母

销售人员应将顾客看做是衣食父母，因为企业及员工的一切收入都来源于顾客的惠顾，为商之道就应该像对待自己的父母亲那样对待顾客。

如果怠慢了顾客，顾客不仅不会购物，还会影响其身边的很多人。所以，销售人员要处处为顾客着想，帮助每一位顾客选到真正适合或符合其要求的商品，让他们有一个愉快的购物经历。

几年前，在显示器新品发布会上，三星集团中国总部社长李相铉带领九名韩国高级管理者“跪谢”来自国内各地的300多名经销商，这一事件成为新闻媒体最大的通栏标题。虽然此举多少有些商业秀的味道，但是不能不使人联想到企业对“衣食父母”的尊崇。

顾客永远是对的

沃尔玛顾客至上原则

“顾客永远是对的”，追根溯源，该经营理念的首创者是美国的沃尔玛公司。

沃尔玛公司是世界上最大的零售企业，拥有近3 000家分店，出售的物品从家用杂货、男女服装、儿童玩具到饮食、家具等，无所不包。

沃尔玛明白，零售企业要在顾客心目中树立品牌形象，仅靠质优价廉的商品是不够的，因为顾客还希望在购物的同时享受到热情周到的服务。正是考虑到这一点，沃尔玛从顾客的角度出发，以超一流的服务方式和水准吸引着大批顾客。

在沃尔玛店内悬挂着这样的标语：

1. 顾客永远是对的；
2. 顾客如有错误，请参看第一条。

这是沃尔玛顾客至上原则的一个生动写照。沃尔玛不仅用“顾客永远是对的”这句话来表示对顾客的尊重，还用“顾客是我们的老板”来表示对顾客的敬畏之心。

为什么说“顾客永远是对的”？这里有以下两层含义。

第一，因为“顾客是上帝”，所有的员工都在为顾客服务。使用了“上帝”这一词是对顾客的尊重；将顾客比做“上帝”，目的就是为了突出顾客的重要和特殊。

第二，之所以提出“顾客永远是对的”，就是在处理与顾客的矛盾时，要从顾客的角度和为企业争取客源的角度去考虑问题。

销售人员绝对不能使顾客难堪，而且要巧妙地维护顾客的自尊。在顾客确实有错时，销售人员应为顾客创造下台阶的机会，使顾客不失面子备受尊重；同时也维护了企业的形象，巩固了顾客与企业的良好关系。如果顾客的行为是违法的或者是严重“越轨”了的，则另当别论。

另外，树立“顾客永远是对的”的服务意识，可以使员工更加热情地搞好服务工作，忍受顾客的许多有理或无理的要求，并且设法满足顾客的要求。

“顾客永远是对的”的哲学能让销售人员和顾客保持一定的和谐、融洽的关系，从中受益的不只是销售人员，也包括店铺本身。

销售是光荣的职业

销售是联系企业与消费者的桥梁，是推动生产和消费、活跃经济不可或缺的、光荣的、高尚的职业！

- 销售是企业经营的最后一个关键环节。假如没有销售人员，商品就销售不出去，企业就会前功尽弃。
- 销售工作实现了企业的收益。只有通过销售人员把商品销售到顾客手上，企业才可以获取收益，实现企业的利润目标。
- 销售人员代表企业与顾客建立良好的关系。出色的销售人员能认清和解决顾客的疑难问题，为顾客提供优质的服务，建立良好的关系。
- 销售人员反馈的意见促进企业新商品的研制与开发。一线销售人员可以为企业提供大量消费者的反馈意见，对新商品的研究与开发有很大的促进作用。
- 销售人员是战胜竞争对手的砝码。一般同行业竞争者之间提供的商品质量都相差不远，这样销售就成了竞争成败的主要因素，而销售要通过销售人员来实现。



好心态让你做命运的主宰

人们常说“态度决定一切”，好态度会产生驱动力，会得到好结果。积极的心态使你充满力量，去获得财富、成功、幸福和健康，攀登人生的顶峰；消极的心态却能把一切让人们的生活有意义的东西剥夺得一干二净，使人们在人生的整个航程中处于“晕船”的状态，对将来总感到失望。

销售是一项与顾客接触最广泛、最频繁的工作。销售人员的服务意识、销售行为、言谈举止，甚至个人形象等都是由他自己的心态决定的。金牌销售人员必须具备以下几种心态。

积极乐观与主动热情

1. 积极乐观

积极乐观的心态包含两个方面的含义，一方面指心理状态是乐观的；另一方面指态度是积极的。

积极的心态是成功者最基本的品质。一个人如果心态积极，乐观地面对人生，乐观地接受挑战和应付麻烦事，那他就成功了一半。很多有知识、有能力却没有成功的人的共同点是，缺乏足够的乐观精神与热情。不同的心态，将决定智力开发方向的不同，因此，对发现市场机会而言，积极乐观的心态远比智力重要。

乐观的人更善于发现机会，在悲观的人看来的常态，在乐观的人看来却是鲜活的种子。在热情的灌溉之下，种子就会成长，直至得到收获。灌溉不一定得到收获，但放弃灌溉就绝对得不到收获。

两位推销员到非洲某地推销皮鞋，眼见当地土著都赤着脚，一位立即发回电报：“这里没人穿鞋，根本不存在市场！”另一位推销员却说：“太好了！这里的人全没穿鞋，有极大的市场。”

心态决定认知，认知决定行动。没有看到机会的推销员选择放弃，另一位推销员无疑会留下来，通过努力，肯定会开发出属于他的市场。

积极的人像太阳，走到哪里哪里亮；消极的人像月亮，初一十五不一样。积极的心态不但能使自己充满奋斗的阳光，也会给身边的人带来温暖。