

Champion Sales



冠军销售

中国销售之神·臧龙松◎著

10天成为销售冠军

从做销售的第一天起，你就必须读的书！
世界上最完整、最有效的销售秘籍！
已培养了3000多位行业和企业冠军销售员！
中国最实战的销售培训宝典！
阿里巴巴、雷士照明首席销售培训师**臧龙松**经典力作！
短短10天让你从「菜鸟级」销售员变为销售冠军！

中国华侨出版社

Champion Sales

冠军销售

中国销售之神·臧龙松◎著

10天成为销售冠军



中國華僑出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

冠军销售 / 臧龙松著. —北京: 中国华侨出版社, 2009. 10

ISBN 978-7-5113-0122-2

I. 冠… II. 臧… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 186102 号

• 冠军销售

著 者 / 臧龙松

责任编辑 / 侯 蕾

责任校对 / 志 刚

经 销 / 新华书店

开 本 / 787 × 1092 毫米 16 开 印张 / 18 字数 / 200 千

印 刷 / 三河市祥达印装厂

版 次 / 2009 年 11 月第 1 版 2009 年 11 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5113-0122-2

定 价 / 32.00 元

中国华侨出版社 北京市安定路 20 号院 3 号楼 305 室 邮 编: 100029

法律顾问: 陈鹰律师事务所

编辑部: (010) 64443056 传真: (010) 64439708

发行部: (010) 64443051

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com



管理大师汤姆·彼得斯说过这样一句话：领导等于销售。

实际上，任何成功都是因为销售成功，世界上的所有成功人士，其成就都是因为销售而获得。销售是每一个人成功人士的基本功。例如华人首富李嘉诚，在16岁的时候就开始做推销员，18岁的时候，被老板提拔为业务经理，20岁的时候，老板提拔他当总经理。20岁就当上公司总经理，这在任何行业里都是极少见的。更难得的是，当时李嘉诚不是自己创业当总经理，而是别人提拔他当公司的总经理。可见他的销售之道已经帮公司创造了巨大的业绩和利润，公司才会对他有这么大的信任。在这家公司做了两年的管理后，他正式创办长江实业公司。在22岁创业之后，奋斗了几十年，他便成了世界华人首富。有人问他致富的秘诀是什么，李嘉诚说是因为当他十几岁的时候学会了销售之道，他说销售之道花两亿元他都不肯卖。

同样，著名的华人经营之神王永庆也是从销售员开始他的人生，最后一步步成为经营之神的。

王永庆15岁小学毕业后，到一家小米店做学徒。第二年，他用父亲借来的200元钱做本金自己开了一家小米店。为了和隔壁那家日本米店竞争，王永庆颇费了一番心思。

当时大米加工技术比较落后，出售的大米里混杂着米糠、沙粒、小石头等，买卖双方都是见怪不怪。王永庆则多了一个心眼，每次卖米前都把米中的杂物拣干净，这一额外的服务深受顾客欢迎。

王永庆卖米多是送米上门，他在一个本子上详细记录了顾客家有多少



人、一个月吃多少米、何时发薪等。算算顾客的米该吃完了，就送米上门，等到顾客发薪的日子，再上门收取米款。

他给顾客送米时，并非送到就算。他先帮人家将米倒进米缸里。如果米缸里还有米，他就将旧米倒出来，将米缸刷干净，然后将新米倒进去，将旧米放在上层。这样，米就不至于因陈放过久而变质。他这个小小的举动令不少顾客深受感动，铁了心专买他的米。

就这样，他的生意越来越好。从这家小米店起步，王永庆最终成为台湾工业界的“龙头老大”。后来，他谈到开米店的经历时，不无感慨地说：“虽然当时谈不上什么管理知识，但是为了服务顾客做好生意，就认为有必要掌握顾客的需要。没有想到，由此追求实际需要的一点小小构想，竟能作为起步的基础，逐渐扩充演变成事业管理的逻辑。”

日本的经营之神松下幸之助也是从推销员做起的，台湾的蔡万林更是如此。比尔·盖茨大学二年级就休学，创办微软公司之后，也是从销售做起来推销他的软件，来跟客户签合同。所以，很多世界级顶级企业家在创业初期都是自己做销售。他们运用销售之道，为他们的公司创造了一个巨大的生存空间。正因为他们精通销售之道，所以他们在提拔人才的时候也很注意观察员工的销售本领，而这个擅长销售者通常会取代下一个领导人的位子。毕竟一个企业的销售部门，是带来现金收入、带来“血液循环”的一个重要的部门。事实上，不管管理有多重要，也不管财务控制有多重要，成本控制有多重要，人力资源有多重要，而维持一个企业生存最重要的一项技术：销售之道，这才是关键中的关键。

上面谈了那么多，那究竟什么才是成功之道？在回答这个问题之前，我们先耐心看下面的故事。

我家附近，有一座寺庙，听说已经有好几百年了，里面住的都是一些方外之人，都是清静的佛教修行者，似乎与这个商业世界没有任何关系。一天黄昏，我领着妻儿散步，刚好遇到了从庙里走出来的和尚，他们正与一个卖梳子的攀谈着。从他们的言谈中，我可以看得出他们的交谈是愉快的，因为他们每个人都发出了爽朗的笑声。过了一回儿，令人惊诧的一幕发生了，卖



梳子的小贩从口袋里拿出了很多木梳，而那些和尚分明在用面值是20元的人民币在交换。和尚在买梳子！就是这样令人百思不透，让人想都不敢想的事情真实的上演了。因为中国人向来相信“和尚买梳子——没用！”这样的俚语，现在突然间在我面前出现了“和尚买梳子”的场景，让人打大跌眼镜也不足为怪。

因为我是做营销工作的，所以对营销的事情兴趣十足。我安静的走了过去，想探听一下他们究竟在说些什么，或者说我实在是想解开这个“和尚买梳子”的谜团。说实话，买梳子的推销员看上去并不优秀，甚至非常“土”，说话带点儿结巴，让人无论如何也跟“伶牙俐齿、足智多谋的推销员”联系不到一块儿去。但是，他的产品的确推销了出去，而且以非常高的价格推销了出去。以下是我听到的他们的对话，不敢隐瞒，如实的汇报给读者朋友们：

和尚：“像你这样老实的人，这个社会还真不多！你虽然不是出家人，但胜似出家人呀！”

卖梳子小贩：“我没什么！你们才是菩萨呢！说实话，有时候我还真想像你们一样，做个无牵无挂的人。就说这卖梳子吧，除了工本费，勉强才能够维持家用。难呀！”

和尚：“你说的也有道理，但像你这样质朴的人实在是难得！”

卖梳子小贩：“做人就是个本分，老老实实的，存个善念，也是一辈子！哈哈！”

和尚：“我就是看你老实厚道，才想起一个居士，他和你一样，也是心地憨厚之人。他常送我东西，我觉得过意不去，也想送他点什么，礼尚往来嘛！这不，就买了你的梳子。谁知道，我的师兄弟看见我买了，也跟着要买送给居士们，我们真是有缘人呀啊！哈哈！”

谜团终于解开了，但这个故事并没有完。很显然，小贩之所以能够卖出梳子给和尚，他凭借的不是口才，也不是产品，更不是服务，而是“老实形象”。销售员都知道，销售首先销售的是自己，而销售自己首先要让客户信



任你，你的客户信任你吗？是口若悬河的销售员容易取得客户的信任，还是像故事中卖梳子的小贩一样朴实的销售员容易获得客户的信任？答案当然是后者！

现在不少写字楼里都贴着“谢绝推销”的字样，然而写字楼里驻扎的企业绝大多数又派人满世界推销。营销人给我们的印象大体也就是散漫、出手大方、外表西装革履，半肚子是坏水，说得好一点也不过是腿勤能跑，嘴勤能说，脑勤会算计。想象一下，你如果是客户，你敢买这样的人的产品吗？不敢，因为怕上当！所以，那些在营销领域获得了巨大成功销售员，他们绝对够“老实”。很多人问我，做销售员的基本素质是什么，我都回答两个字：老实。想要成为销售冠军的前提是什么，我的回答仍然是：老实。如果你的产品没有某个功能，但是你对客户说有，那么你不是销售员，而是骗子。因此，一个成功的销售员，一个销售冠军，在他出征之前，他首先应该检查一下自己是否具有“老实”的特性。如果没有，那么就要首先弥补这一课。

在现今销售界，很多销售员都在模仿世界上顶级的销售冠军，都梦想成为世界上最伟大的销售员，想凭借着自己的一条三寸不烂之舌创造世界营销史上的神话。不过，据我观察，现今的销售员往往学习的是世界营销大师的“术”，而没有把营销大师所领悟的“道”学到。

所以，在这本《冠军销售》出版之前，我先要把销售中的“大道”讲出来，分享给诸位销售员。依照“老实之道”，再凭借“营销之术”，步步为营，稳扎稳打，销售冠军一定非你莫属！

在本书出版之际，我要感谢我的妻子盖艳、我的儿子臧英涵，是他们一路上陪我走过风雨，是他们给予我最大的支持与鼓励！我要感谢我的父母，感谢关注我、鼓励我、帮助过我的所有朋友们！感谢我的学员、我的读者。感谢你们与我分享！在这里我衷心的祝愿你们：事业有成，万事如意！

臧龙松

2009年10月



第 1 天 准备赢得一切

1. 这个世界是人和人打交道的世界 / 3
2. 销售就是扩大对方需求，满足对方需求 / 6
3. 做销售的核心是审视自己，突破自我 / 8
4. 销售的第一步是先交朋友 / 11
5. 销售不要光靠跑，要多动脑 / 14
6. 不学礼仪，做不好销售 / 17
7. 心态决定销售的成败 / 23
8. 专业的形象代表专业的水平 / 30

第 2 天 制订计划与收集信息

1. 目标决定销售 / 37
2. 制订你的个人销售计划 / 42



3. 学会时间管理——高效管理你的时间 / 46

4. 学会寻找和管理你的客户信息 / 51

第 3 天 熟悉产品并做好产品介绍

1. 了解产品是做好销售的第一基本功 / 59

2. 不了解产品就不会找到客户 / 66

3. 向客户做好产品介绍 / 69

第 4 天 洞悉顾客心理

1. 发现和了解客户的利益点 / 81

2. 掌握顾客的七大心理 / 86

3. 掌握顾客的心理活动 / 90

4. 突破顾客的借口 / 97

第 5 天 成为电话销售高手 105

1. 做电话销售要有的基本素养 / 107

2. 决定电话行销成败的 3 种心态 / 110

3. 决定电话销售成功的 3 大法则 / 113

4. 拨打、接听电话的原则 / 115

5. 在电话交谈过程中的技巧 / 119

6. 在电话销售中促成成交的技巧 / 123



第 6 天 完美拜访客户

1. 拜访前的“备战” / 131
2. 拜访前的电话约访 / 135
3. 如何做好开场白 / 140
4. 亲笔信函比玫瑰花更重要 / 144
5. 藏起你的销售意图来 / 147
6. 拜访客户四大黄金定律 / 150
7. 吸引顾客的注意力 / 154
8. 与客户寻找共同语言 / 159

第 7 天 学会优势谈判

1. 和客户谈判的技巧 / 167
2. 把握与客户谈判的火候 / 172
3. 与客户谈判的八大攻略 / 177
4. 如何处理客户的异议 / 182

第 8 天 轻松解除顾客抗拒

1. 处理客户的抗拒 / 193
2. 处理抗拒的八大方法 / 198
3. 常见的客户抗拒及应答 / 203



4. 正确对待客户的异议 / 208
5. 销售异议类型及其处理技巧 / 211

第 9 天 成交高于一切

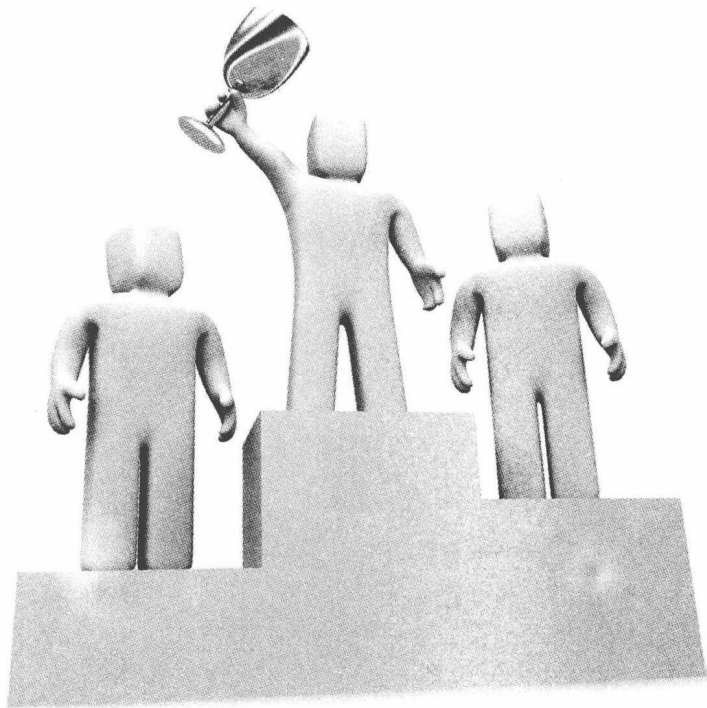
1. 成交的 7 项基本原则 / 217
2. 销售成交的时机与方法 / 223
3. 做好成交前的准备 / 228
4. 让自己进入巅峰状态 / 234
5. 迎合顾客，促成交易 / 238
6. 十大成交策略 / 244

第 10 天 售后服务：让客户成为你的终生客户

1. 做好售后服务要五步走 / 253
2. 千万不能丢掉你的老客户 / 258
3. 真正的销售是从售后开始的 / 263
4. 做好售后服务的原则与要点 / 267
5. 时刻做好充分的销售准备 / 273

第 1 天

准备赢得一切





1. 这个世界是人和人打交道的世界

一个人的成功跟他的人际关系有相当大的关系，如何让自己的人际关系变得更好？我们先来说人际关系到底有多重要。第一点，每一个人都在从事人际关系的行业。

我时常问很多学员，你从事什么行业？

他说：“我在从事房屋中介。”

我说：“你不是。”

他说：“我是。”

我问另外一个，他说从事保险。

我说：“你不是从事保险工作。”

他说：“我是。”

后来我又问另外一个学员，我说你从事什么行业？

他说：“我从事电脑。”

我说：“你不是。”

他说：“我是。”

他们开始很纳闷：“我明明就是，为什么你说我不是？”

我们开始辩论。

后来我跟他们讲：“你们从事的是人际关系的行业。”

每一个人都在从事人际关系的行业，有的人之所以会成功，因为有别人



支持他。有的人会有收入，是因为别人愿意把钱付给他。

假设一个产品非常好，可是你很讨厌那个服务人员，你会跟他买吗？大概不会。假如一个产品不错，不是最好，可是你跟销售员的关系非常好，是不是你还是有购买的可能性？可以考虑，因为关系好。

一个人的成功，百分之五十以上靠人际关系，其他的则靠实力。你再有实力，没有人脉，对不起，你不会成功。你非常有人脉，可是你没有实力，还是有限。假如你有实力配上人脉，你的成功是无限大的。

当我们了解人际关系是如此重要之后，就要想办法改善人际关系，那要如何改善？

很简单，人际关系改善最好的方式就是“花时间”。因为每一个人都觉得当你愿意花时间跟他相处时，他就觉得你认为他很重要。你不跟他花时间相处，他就觉得你认为他不够重要。

每一个人都喜欢受重视。花时间跟他相处，花时间联络你的顾客，花一点时间送他一些小小的赠品，花时间写一张感谢卡给他，花一些时间跟他打电话，花一些时间跟他聚餐，花一些时间跟他一起郊游，这个时候你们的关系是不是不一样？

“一回生，二回熟”，所有的人际关系都是这样培养起来的。你不联络，不这样继续保持联络，不继续主动联络，你是不会成功的。

每一个成功的人都了解如何建立人脉，同时维持人脉。很多人可以建立人脉，但是没有办法维持，原因在什么地方？因为他没有主动联络。

每一个人都习惯被动，很少有人喜欢到一个场合主动交朋友。可是那些主动交朋友的人，他会交到最多的朋友。所以你必须做别人不愿意去做的事情，必须凡事主动出击，主动联络，因为被动不会有收获。马上行动！花时间跟你的产品谈恋爱！

这个世界是人和人打交道的世界。无论我们做任何工作，都在做一件共同的事情，那就是人与人打交道的的工作。

所有的营销是建立情感的开始。如果你不能迅速地和别人建立感情，别人建立了就没有你的事了。



你的老婆并不是你最爱的人，你曾经最爱的人已经变成别人的老婆了，原因是你主动性不够，表达的晚了，别人已经采走了。

曾经有一位哲人说过：“人生的真正丰富多彩是交往的丰富多彩，人情的丰富多彩，人际的丰富多彩。”今天的世界是一个人与人打交道的世界，无论是谁，都希望有一个丰富的人际关系世界，并在这个世界中得到肯定和承认，尊重与接受，同情和关怀，爱与被爱，分享欢乐与分担痛苦。

所以做销售，最重要的就是要主动的去结交朋友。

不过有些人总是认为“先同别人打招呼，接近别人感觉像是在巴结对方”，“别人对我也许不像我对她那样有兴趣”，“我跟她又不熟，主动招呼太唐突，别人会觉得很怪”，“我太平凡了，别人不会愿意和我做朋友的”等等。

所有这些误解，往往都只是人们头脑中的一些观念，并没有什么可靠的依据，没有事实的支持。但这些观念却实实在在地妨碍了人们在交往中采取主动的方式，使人们失去了许多结交朋友，发展深厚友谊的机会。主动与人交往并不意味着你要去“讨好”对方，那是观念上的误区。主动交往实际上在别人眼中是热情友好，自信大方的表现，会使你赢得更多的朋友，建立更多的自信而非失去自尊。再退一步想吧，倘若真有人不回应你，对你不感兴趣，那也只是表示他失去了结交你这个朋友的机会，而你却没有任何损失。因为当你不主动时，你更不可能结交到朋友，但你若主动了，获得朋友的机会就更大。

所以成功的销售人应该怎样？

那就是做别人不愿意做的事情，别人不愿意放下面子去交朋友，而你去做，你就有机会比别人更成功。



2. 销售就是扩大对方需求，满足对方需求

今天，给你一瓶矿泉水，这瓶矿泉水的市场价格是多少？两块就可以买到。但是我要你把它卖到 500 美金，现实不现实？不现实，是因为这是在有水的地方。

到沙漠上有的是黄金，惟一没有的就是水，你说这瓶矿泉水能不能卖 500 美金？我想有些人还会说，这太少了，这样的话还不换他一车皮的黄金。我告诉你，如果就只有这一瓶水的话，换他一车皮的黄金也不是梦话，相信不相信？因为他喝了这瓶水就不会死，但是吃黄金一定会死的，对不对？

任何的产品在特定的场合就会有特定的价值，对需求者来说它是无价的。所以做销售就是要知道对方的需求，扩大对方的需求，一直到满足对方的需求。

今天，无论你是政府官员、无论你是教育家，语言都显得那么富有力量，实际上人在不同的岗位，不同的职责，都在做着不同的销售。政治家销售的是思想，教育家销售的是知识，我们销售的是产品。销售产品得来的是财富，销售知识得来的是一群有素质的人，销售思想便能统一大业。

一位思想家不被大家认同的原因是因为他不能把思想教育真正的销售给别人，一个教育家不能够很好的感染一群人，是因为他不能把良好的知识销售给别人，不能把产品销售给别人，就不能把自己的企业激活。

给大家讲一个故事，看看最伟大的销售员是怎么扩大客户需求的。