

# 销售冠军

## 这样做业务

与教练用书《金牌销售教练实战手册》配套使用

王云◎著

8年研究，揭示成功奥秘  
1书在手，成为销售冠军

**THE ROAD LEADING  
TO THE TOP SALES**



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

# 销售冠军

## 这样做业务

## THE ROAD LEADING



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

本书通过虚拟的销售冠军陶浦，设定了一些销售情景，告诉读者出色的销售冠军是怎样做业务的。主要包括销售冠军应具备的基本素质、怎样做电话销售、应该具备哪些具体的面谈技能和沟通谈判技能。通过关键操作要点的点拨和分析，方便销售员学习掌握。

本书能帮助您拥有销售冠军的心态，成为产品专家和客户专家，拥有像销售冠军一样的说服力和影响力，在竞争中脱颖而出，成为不可替代的顶尖销售高手！

### 图书在版编目 (CIP) 数据

销售冠军这样做业务/王云著. —北京：机械工业出版社，2010.1 (2010.4 重印)

ISBN 978-7-111-29515-0

I. 销… II. 王… III. 销售—基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 003100 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑：曹雅君 责任编辑：曹雅君 赵树尧

责任校对：侯 灵 责任印制：洪汉军

三河市宏达印刷有限公司印刷

2010 年 4 月第 1 版 · 第 2 次印刷

180mm × 250mm · 19 印张 · 306 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-29515-0

定价：39.80 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心：(010) 88361066

销售一部：(010) 68326294

销售二部：(010) 88379649

读者服务部：(010) 68993821

门户网：<http://www.cmpbook.com>

教材网：<http://www.cmpedu.com>

封面无防伪标均为盗版

# 前言



嗨！你好！欢迎光临。我是金牌销售教练陶浦（就是 Top 的意思）。你想成为销售明星吗？那就和我聊聊吧！

你既然想成为销售明星，那就让我们先来看几个销售明星的故事吧。

陈凯是一家系统集成商的销售冠军，每年销售额上亿元。陈凯经常和客户一起吃饭，但通常不是他请客户，而是客户请他。他去客户那儿出差，客户常会派专车到机场去接他。因此，他被公司誉为“高产田”。“高产”的意思是：高销售额、高利润和低销售成本。陈凯凭什么赢得客户的如此厚爱呢？

张华是一家 IT 公司的售前工程师，没学过任何销售技巧。他配合公司的销售代表一起做一个大项目的销售，几次接触后，客户突然提出让张华直接负责该项目，他们不需要销售代表。公司无奈，只好让张华独自进行该项目的销售工作。张华从来没做过销售工作，也不懂销售技巧，但却顺利地拿下了这个项目的订单，并且让客户非常满意。公司发现了张华的销售才能后，很快把他调到销售部，结果，这个斯斯文文、不会应酬的张华，全年的销售业绩居然在 30 余人的销售部里排名第三，成为公司一颗耀眼的新星。

赵军是一家工业原料生产企业的销售员，看到他木讷的表情，你会很奇怪当年销售经理是怎么录用他的。赵军很少说话，也很少有表情，他全身唯一有光彩的就是那双真诚的、闪闪发光的眼睛。虽然赵军的成长比较缓慢，但他在进公司两年后居然成了销售冠军。现在的赵军在北京有两套住房、一部汽车和上百万元的存款。赵军是凭什么取得如此成就的呢？

我曾对数十名各种各样的销售冠军进行过研究，发现虽然销售冠军也用



#### IV 销售**冠军**这样做业务

技巧，但真正让他们成功的却是超越别人的销售功夫。于是，我把销售明星的成长历程转化成系统的训练程序，来帮助愿意成为销售明星的人获得成功。在我的指导下，已经有数十位销售员成了销售明星。

现在，只要读完本书，并经过一段时间的磨炼，你就可以成为他们中的一员了。



还等什么？马上行动，  
开始我们的成功之旅吧！

# 目 录

## CONTENTS

### 前 言

## Part 第一篇 1

### 为成为销售冠军作准备

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 第一章 销售冠军的心理准备 .....      | 2  |
| 一、认识销售职业 .....           | 2  |
| 二、拥有一颗成功的心 .....         | 6  |
| 三、树立必胜的信念 .....          | 14 |
| 第二章 让产品知识成为你的销售武器 .....  | 20 |
| 一、从客户角度看产品知识 .....       | 20 |
| 二、能熟练分析公司和产品的价值 .....    | 22 |
| 第三章 精准销售的要诀 .....        | 26 |
| 一、为什么要进行精准销售 .....       | 26 |
| 二、目标客户该如何界定 .....        | 27 |
| 三、把精准进行到底 .....          | 33 |
| 第四章 成为客户专家：从客户分析开始 ..... | 35 |
| 一、掌握基本信息，打下坚实基础 .....    | 37 |
| 二、分析采购类型，把握采购特点 .....    | 41 |
| 三、了解采购性质，采取正确策略 .....    | 46 |
| 四、确定采购程序，推动决策进程 .....    | 50 |
| 五、把握采购动机，抓住客户心理 .....    | 57 |
| 六、区分采购重要性，成为客户好伙伴 .....  | 61 |
| 七、分析决策链，把握关键人 .....      | 63 |

|                          |           |
|--------------------------|-----------|
| 八、衡量客户价值，做到弹不虚发 .....    | 69        |
| 九、分类提炼，提高效率 .....        | 78        |
| <b>第五章 怎样开发新客户 .....</b> | <b>83</b> |
| 一、为什么要开发新客户 .....        | 83        |
| 二、如何找到客户资源 .....         | 85        |
| 三、客户开发的方法和技巧 .....       | 87        |
| 四、建立销售隧道 .....           | 99        |
| 五、制订有效的客户开发计划 .....      | 102       |

Part 第二篇 2  
成为电话销售高手

|                              |            |
|------------------------------|------------|
| <b>第六章 电话销售的三项基本功 .....</b>  | <b>108</b> |
| 一、态度决定一切 .....               | 108        |
| 二、基本电话礼仪 .....               | 111        |
| 三、充满魅力的电话沟通 .....            | 114        |
| <b>第七章 360 度电话开拓技术 .....</b> | <b>120</b> |
| 一、360 度电话开拓要做的准备 .....       | 120        |
| 二、冲破守门人防线 .....              | 123        |
| 三、打动采购主管 .....               | 130        |
| 四、需求调查，不错过销售机会 .....         | 134        |
| <b>第八章 如何做到高效约见 .....</b>    | <b>140</b> |
| 一、如何才能得到客户的约见 .....          | 141        |
| 二、你做好准备了吗 .....              | 142        |
| 三、千万不要这样约见 .....             | 145        |
| 四、让你的约见电话充满魅力 .....          | 146        |
| 五、约见中的策略技巧 .....             | 148        |
| 六、跨越约见障碍 .....               | 150        |
| <b>第九章 电话成交技巧 .....</b>      | <b>154</b> |
| 一、充分的准备是成功的一半 .....          | 154        |
| 二、呼入电话技巧 .....               | 160        |
| 三、呼出电话技巧 .....               | 166        |

## Part 第三篇 3

### 实现超级拜访

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第十章 拜访基本功训练 .....         | 178 |
| 一、闪亮登场——塑造良好的职业形象 .....   | 178 |
| 二、拜访中的礼仪 .....            | 184 |
| 三、销售中非语言信息的运用 .....       | 186 |
| 第十一章 控制拜访过程，让客户跟着你走 ..... | 190 |
| 一、运筹帷幄 .....              | 190 |
| 二、控制拜访过程 .....            | 199 |
| 第十二章 让客户自己要买 .....        | 213 |
| 一、洞悉客户心理 .....            | 213 |
| 二、制订需求激发策略 .....          | 216 |
| 三、做好谋划 .....              | 219 |
| 四、引导客户产生购买欲望 .....        | 225 |
| 第十三章 战胜竞争对手 .....         | 232 |
| 一、建立竞争优势 .....            | 232 |
| 二、赢在规划 .....              | 246 |
| 三、优势销售技巧 .....            | 253 |

## Part 第四篇 4

### 谈判高手

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 第十四章 价格谈判一点通 ..... | 260 |
| 一、你真的在谈判吗 .....    | 260 |
| 二、制订价格谈判策略 .....   | 265 |
| 三、价格谈判三步曲 .....    | 267 |
| 第十五章 大订单谈判 .....   | 275 |
| 一、制订谈判策略 .....     | 275 |
| 二、做好谈判准备 .....     | 282 |
| 三、谈判过程的控制和技巧 ..... | 285 |



Part

第一篇

1

# 为成为销售冠军作准备

第一章

销售冠军的心理准备

第二章

让产品知识成为你的销售武器

第三章

精准销售的要诀

第四章

成为客户专家：从客户分析开始

第五章

怎样开发新客户

# 第一章

## 销售冠军的心理准备

### 一、认识销售职业



你听过这样的故事吗？两个泥瓦匠在一起盖教堂，一位认为自己在砌砖，另一位却认为自己在建造世界上最伟大的教堂。你认为这两个泥瓦匠在工作时的心情和未来的成就方面会有差别吗？

热爱你的职业，能使你更快乐、更投入地工作，从而会让你取得更大的成就。我在研究中发现，销售冠军们都非常喜欢销售这个职业，他们觉得自己在从事一个伟大的职业，他们全身心地投入，最终取得了非凡的成绩。

对销售工作的认知，能在很大程度上影响你的成就。我开始选择做销售，完全出于无奈：我学的专业比较偏门，所以只能找到这样一份工作。最初，工作是痛苦的，然而当我发现这个职业的价值之后，我的业绩就开始迅速提升。最终，我通过销售获得很多朋友——我的客户们，并赚到了房子和汽车。现在，就让我们站在冠军的高度重新认识销售职业吧！

事业成功的基础，是选择一个你喜欢的、并把它当做事业，而不仅仅是饭碗的职业。销售就是这样一个魅力无穷的职业。

很多人选择销售职业是出于无奈，即别的工作没找到，而销售职业进入门槛低，工作机会多，不少企业都在常年招聘销售员。所以，为了生活，只好去应聘销售职位。有这样的想法并不丢人，谁不喜欢一个工资高、风险低的职业？然而，当你从事这个职业并取得成功之后，就会发现这个职业魅力无穷。

### （一）给你一个零投入，并且有强大团队支持的创业机会

销售职业并不是为你提供了一份低保障、高风险的工作，而是为你提供了一个低风险、高支持的创业机会！如果你做得成功，收益绝不会比做小老板少！

在我们的职业道路中，有一条夹在创业和打工之间的路，就是销售。做销售员，你不仅不需要投入资金，还会得到一份基本的生活保障——底薪，使你在获得生意前能够维持生活。此外，你不需要建立庞大的运营体系，就能得到来自技术、生产、市场等多方的支持，你只需要去寻找市场，发现生意机会，然后做生意赚钱！如果你是一个优秀的销售员，你的收入将会远远超过和你在同一公司的白领，甚至超过你的经理。这难道不是一份诱人的职业吗？另外，如果你真希望自己做老板，在做销售员期间积累的资金和市场经验，将会支持你去创建公司。到那时，你不再是一个一穷二白的创业者，你既有资金，又有经验，如此创业，会大大提高成功率。

### （二）给你带来丰厚的收入

由于销售员的工资直接和业绩挂钩，而且经常上不封顶，所以，如果你是一个优秀的销售员，将会比其他职位的工作人员的收入高很多，有时甚至超过公司总经理。因此，只要你努力，销售这一职业将给你带来丰厚的收入。

### （三）为你带来更好的职业发展

如果你并不是一个有创业野心的人，只想靠打工为生，那么，销售工作也会为你提供很多帮助。

首先，职业稳定。前提是你是一个好销售员。我有一个做销售的朋友，他的公司面临金融危机的冲击，利润大幅下降。然而，在大家认为金融危机的影响已经见底的时候，我的这位销售朋友才被辞退。对此，我很奇怪：“金融危机都过去了，你们公司怎么才裁员？”“我们公司不是才裁员，而是一直在裁员，别的部门能裁的都裁了，最后才裁到销售部。”可见，销售部通常是最后面临裁员的，因为，公司不愿意削弱销售力量，销售部是公司利润的源泉。

其次，销售职业带给你全方位的能力成长。通过做销售，你的心态变得积极而坚强，能坦然面对压力和挫折；通过做销售，你建立了很好的市场感觉，能帮助公司创造利润；通过做销售，你培养了良好的沟通和人际关系能力，能够与各种人相处，并说服和影响他们。不论你今后从事何种职业，这些能力都将帮助你获得成功。

艾柯卡曾成为红极一时的人物，虽然现在大家对他有一些非议，但他确



实曾经成功地使克莱斯勒公司起死回生。现在，我们来研究一下艾柯卡的成长经历，看看能给我们带来什么启示呢？

艾柯卡是普林斯顿研究生院的工程硕士，可是他不想干技术工作，想干销售工作。他的文凭对他应聘推销员没有什么帮助，而他又没有推销工作经验，所以，他的求职相当艰难，多次应聘都名落孙山。最后，宾夕法尼亚州切斯特销售部主任给了他试用的机会，使他有幸成为福特公司的一名推销员。艾柯卡在销售岗位上奋斗了10年，他工作非常努力，积累了丰富的经验和良好的市场感觉。1956年，福特汽车销路很不好，艾柯卡所在地区又是销路最差的地方，于是，艾柯卡推出了“1956年56元”的推销计划，这一计划大受欢迎，使福特公司汽车销量大增，艾柯卡因此被提升为华盛顿哥伦比亚地区的营业部主任。此后，艾柯卡又不断推出销售高招，使他步步高升，最终成为福特公司的总裁。

实际上，很多公司的总裁都有做销售员的经历，为什么会这样呢？①企业的价值要靠销售员来实现，因此，销售员的业绩最容易受到关注。每个公司的总裁一定知道谁是公司的销售明星，但不一定知道谁是工作最勤奋的行政秘书。②销售员在长期的艰苦奋斗中，培养了卓越的能力，这些可以支持他们承担更重要的责任。

所以，销售职业为你带来的个人能力提升，使你能在今后获得更多的晋升机会。



下面这句话并非名人名言，它来自一个做销售的朋友。这句话是她深刻的职业体验，所以，在这里和大家分享。

我想告诉大家，无论你将来想从事什么职业，在年轻时都应该先从销售做起，因为没有任何一个职业能像销售一样，带给你那么多的成长。销售中培养的能力，可以让你在任何职业中做得更好。

#### （四）让自己拥有伟大的一生

##### 案例分折

A君和伙伴们将制作出的灯泡送到巴切勒先生家和乔丹太太的旅馆中，另外还竖起电线杆，将灯泡悬挂在街道上空。夜幕降临后，一只只灯泡都发出明亮的光，吸引着四周的人们纷纷前来观看这一奇景。

圣诞节到了，A君宣布将实验室对公众开放，欢迎公众参观，很多人从

外地赶来参观 A 君的实验室。

此外，A 君还在银行家摩根的寓所中安装了白炽灯系统，银行家使用这一系统为 A 君起了很好的宣传作用。

A 君将纽约的知名人士请到实验室所在地，为他们做白炽灯表演，然后，又在代尔摩尼克饭店设宴款待他们。



现在，请你猜猜：A 君是谁？  
他在做什么？

爱迪生是一个伟大的人，他用自己的创造发明，赢得了人们的爱戴。在爱迪生的葬礼上，美国人民为了纪念他，将电灯关闭一分钟，丹佛一片黑暗，芝加哥一片黑暗，整个密西西比河流域一片黑暗，纽约一片黑暗，连自由女神像顶端的火炬也失去了光彩。美国人民用此方式来显示爱迪生的伟大，来表达他们对爱迪生的感激与怀念。

爱迪生是一个发明家，但他更是一个优秀的销售员。上文的案例描述的就是爱迪生推销自己灯泡的情景。他不仅发明，还推销，让全世界能享受他的发明，人们是因为能享受他带来的各种利益，才爱戴他。在销售方面，我们和爱迪生是一样的，我们也给人们不断带来新的价值、新的享受，唯一与爱迪生不同的就是，我们销售的不是自己发明的东西。因此，爱迪生很伟大，我们也很伟大。

我们为什么会在销售课中讨论爱迪生的例子？因为爱迪生的例子能最有力地告诉我们销售的意义。爱迪生通过努力把灯泡销售给了人们，这一销售带给人们什么？每天，当夜幕降临之后，我们依然拥有光明，我们是否应因此感激爱迪生呢？



如果你觉得爱迪生离我们太遥远，那我给你讲一个发生在我身边的故事。大约十年前，一个叫申冰的保险推销员向我弟弟推销大病和住院保险。年轻人会觉得自己生大病或需要住院的可能性很小，所以，开始我弟弟并不感兴趣，后来因申冰说年轻时买保险，价格会比较便宜，我弟弟才买了份保险。没想到，保险刚刚生效，我弟弟突然腰部剧痛，住进了医院，经检查，是由于结石将输尿管堵死造成的，不得不动手术取出了结石。那次住院，我弟弟共花了六千多元，

后来他到保险公司索赔，领回了四千多元。这次经历之后，我们大家都很感激申冰，所以我们到今天还记得他的名字，我们甚至打电话到公司找过他，可惜他已经离开保险公司了。

没有申冰的销售，我弟弟就要多付四千多块钱！现在你是否可以确信，销售是为了让客户能够享受到你所销售的产品或服务带给他的利益呢？

由于有了销售员，科学上的新发现、新发明才能被大众认知和享用；由于有了销售员，人们才能拥有更多新产品和新服务，拥有更加丰富多彩的生活；由于有了销售员，企业的科研与生产才能得到社会的承认，企业才得以生存，而企业的生存为千千万万的人创造了就业机会，使他们能过上安乐的生活。

所以，如果你是一名销售员，“这世界因为有了你而变得更加精彩”这句话用在你身上一点也不过分。当你对自己是否应该选择这一职业而感到怀疑的时候，当你面对重重困难准备退缩的时候，想想你肩负的使命：推动社会的进步，使大众过上丰富多彩的生活，使企业得以生存，为千千万万的人创造就业机会，你就没有理由再退缩，你必须坚持不懈地奋斗下去！

每一个在阅读这本书的人，都有充足的理由为自己感到自豪，因为我们选择了一个崇高而伟大的职业。



读完上面的内容，让我们重新来认识销售这个职业，它是一个好职业吗？为什么你认为它是一个好职业？它会给你带来什么价值？请把你思考的结果记录在下面。

## 二、拥有一颗成功的心



销售是一个赢家的职业，所有的销售冠军都狂热地渴望成功，并会坚定不移地去实现自己的目标。因为在销售这个行业中，只有赢家才能快乐地生存。你是赢家吗？

### （一）赢家和输家的区别

你希望拥有自己的房子和汽车吗？你希望拥有充裕的金钱吗？你希望拥

有自己的事业吗？如果仅看这三个问题，你多半会回答“希望！”虽然并不是每个人都想自己做老板，但谁不想要房子和汽车，谁不想拥有足够的钞票。因此，仅仅回答“希望”并不能证明你是赢家。赢家是创造者，不是乞讨者。赢家的回答应该是：“我希望，并且我会付出艰苦努力去获得！”也就是说，赢家和普通人的区别在于他们有一颗坚定的心。他们不仅是想要，而且是必须要，“别人能有车有房，我怎么可能没有”“别人能有钱，我怎么可能挣不到……”他们常常这样想。此外，他们完全知道获取这些要付出的代价，并且愿意为了自己的目标坚持不懈地努力，无论出现什么困难都不会退缩。而输家的真实心理是：“有车当然好，没有车，坐公交车也凑合。”“有房当然好，没有房，和父母挤着住也行。”“我希望能有很多钱，但我更想找到一份保障，让我衣食无忧。”

现在，我们来看看赢家和输家的区别。赢家非常清楚自己的目标是什么，坚信自己能达到目标，并愿意为达到目标而付出艰苦的努力。因此，赢家是为希望而活：“今年年底我要成为销售冠军。”“我今年年底要买车。”“我明年要拥有自己的房子。”“我5年后要拥有自己的公司。”这些目标会是赢家生命中的里程碑，他们只往前看，盯住自己的目标，向着美好的前途一步步迈进。遇到困难和挫折，他们也不会退缩。就像迈克尔·乔丹所说：“我可以接受失败，但我不能接受放弃。”他们就是这样，义无反顾地向着美好的未来奔跑，最终达到胜利的终点。输家则是为逃避苦难而活，他们想的是：“我怎么能保住这份工作？”“我如何挣到下个月的房租？”“我如何能在这次会议上，让销售经理不骂我？”他们每天生活在痛苦里，眼前全是困难，他们不相信自己能成功，总是躲在角落里黯然神伤。有时候，赢家和输家在遇到困难时都会坚持，但他们坚持的想法却大相径庭。赢家乐观地坚持着，因为他们相信，再坚持一段时间自己一定能找到方法来克服困难；输家悲观而痛苦地“熬着”，仅盼望事情会出现转机。



如果你不想做赢家，那最好从现在起就放弃这个职业。在销售行业里，没有失败者的位置，客户信赖赢家、企业雇用赢家、资金流向赢家，输家终被淘汰，或者惨淡经营，仅够糊口。与其这样，不如趁早选择其他职业。

作为一名销售员，只要你具有一颗赢家的心，并愿意付出相应的努力，你就可以成为赢家！

## (二) 如何成为赢家



现在，我将和你一起探讨如何成为赢家。首先，我给你讲一个成为赢家的销售员的故事。

赵魁是凯乐公司的一位新的销售代表，以前从来没有做过销售工作。但赵魁有一颗成功的心，虽然他现在刚毕业不久，一穷二白，但他坚信自己能在两年内赚到车钱和买房的首付款，并和女朋友约好，两年后在自己的新房里结婚。赵魁在接受“销售员的心理准备”的培训后，开始了自己的成功之旅。他首先计算自己需要多少钱。按照当时的价格，全款买车，贷款买房，他需要40万元，加上两年的生活开销，他总共需要赚50万元。根据公司的销售奖励制度，他计算出了要达到目标需要完成的销售额，这个销售额是公司规定的销售任务的1.4倍。然后，他去请教自己的销售经理，了解如果想实现这样的销售额需要做哪些工作。销售经理告诉他，首先要了解产品和客户，要学会和客户打交道。“作为新人，客户经验的缺乏不是很快能改变的，你至少要接触过30~50个客户，才能有客户感觉。”销售经理说。另外，按照行业经验，如果想实现这样的销售额，至少需要200个潜在客户，并且还需要时间去和他们建立友好关系，因此，销售经理建议他在开始时，不要把目标定得太高，“作为新人，在第一年能完成任务就很好。”销售经理说。

然而，赵魁决心要赢，他只想要自己的目标，他相信任何困难都是能被战胜的。为此，他专门请教专家，了解如何突破销售经理所说的困难。最后，在专家的指点下，他制订了具体的计划：

前三个月：熟悉产品，并通过拜访50个“不良客户”（即成交希望很小的客户）积累客户经验。

4~6个月：找到100个潜在客户，与他们建立联系，并学习如何与客户成交。

半年后：主要工作转化成深化客户关系，并努力达成销售。在这个阶段，赵魁每季度要实现200万元的销售额，为此，要始终保持10个左右的客户处在销售过程中，并为每个有意向的客户制订详细的发展计划，按计划进行推进。同时，每个月再开发20个新客户，为以后作准备。

制订了计划之后，在两周的产品培训中，赵魁不仅认真听讲，还每天工作到晚上12点，记忆和消化培训内容，同时，在网上查阅各种相关资料，丰

富自己的专业知识，最后专业培训考试成绩名列第一。此后，按照专家的建议，赵魁开始寻找一些“不良客户”，进行拜访。“不良客户”的约见难度是很大的，但是赵魁通过扩大约见数量等方法，最终实现了拜访50家客户的目标。通过这些拜访，赵魁找到了客户感觉，他基本知道了客户的需求和采购心理，并知道了如何与客户打交道。而且，在这三个月中，赵魁还很幸运地获得了一个订单。

三个月的磨炼之后，赵魁开始了疯狂的客户开发工作，同事们经常看到从上班开始，赵魁就在不停地打电话。下班后，赵魁会留在办公室统计发现的潜在客户数量，建立客户档案，并且按照承诺给他们发邮件。如果能约到客户，赵魁就去正式拜访客户，遇到自己处理不了的情况，就去向销售经理请教。因为在半年试用期内，销售员可以向销售经理申请支持，因此，遇到重要客户，赵魁还会向销售经理申请协同拜访。这样，三个月下来，赵魁又获得了两个订单。虽然都是小订单，但赵魁积累了充足的潜在客户资源，并且在销售经理的辅导下，销售技巧越来越熟练，因此，对未来充满信心。

半年试用期过后，赵魁已经能像一个老销售员一样熟练地工作了。虽然在试用期间，赵魁的销售业绩很一般，但一过试用期，赵魁的销售业绩就开始节节高升，成为公司的季度冠军。在第二年末，赵魁不仅实现了他的销售目标，还成为公司的年度销售冠军。当然，赵魁也实现了他当初的梦想：拥有了自己的房子和汽车。

这是一个平常得不能再平常的故事。其实，在我们的服务过程中，还接触过很多要比赵魁出色得多的销售员，他们年销售额过亿元，拥有自己的别墅和豪华汽车。但我们还是选择了赵魁的故事，因为我们想让你知道，赢家的梦想离你并不遥远。如果你拥有比赵魁更远大的梦想，用同样的方法依然可以成功，只不过你需要用更长的时间，付出更多的努力。

现在，让我们来给自己设计梦之旅吧！

### 第一步：描述梦想

人都有梦想，梦想可以很宏大，也可以很实际。毕竟，并不是每个人都能成为伟人，无论你有什么样的梦想，只要它不违反法律，不违反道德，都是好梦想。

现在，想一想，你的梦想是什么？如果你早就有了清晰的梦想，可以马上把它写出来。如果你还没有清晰的梦想，下面两种方法可以帮助你建立