

美国企业培训大师销售培训经典

Silver Bullet Selling

Six Critical Steps to Opening
More Relationships and Closing More Sales

银弹销售

6步成功拿到订单

(美) G·A·巴蒂克 保罗·巴蒂克 著
赵 雪 译

银弹出击，打破你与客户间的铜墙铁壁；
步步为营，6步让你成功拿到订单；
一读再读，你的销售业绩直线上扬。



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

美国企业培训大师销售培训经典

Silver Bullet Selling

Six Critical Steps to Opening
More Relationships and Closing More Sales

银弹销售

6步成功拿到订单

(美) G·A·巴蒂克 保罗·巴蒂克 著

赵雪 译

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

G.A. Bartick and Paul Bartick: Silver Bullet Selling: Six Critical Steps to Opening More Relationships and Closing More Sales

Copyright © 2009 by OutSell Consulting, Inc.

All rights reserved. This translation published under license.

authorized translation of the edition published by John Wiley & Sons, Inc.

No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of John Wiley & Sons, Inc.

本书中文简体字版专有翻译出版权由美国 John Wiley & Sons, Inc. 公司授予电子工业出版社。未经许可, 不得以任何手段和形式复制或抄袭本书内容。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2009-6047

图书在版编目 (CIP) 数据

银弹销售: 6步成功拿到订单 / (美) 巴蒂克 (Bartick, G.A.), (美) 巴蒂克 (Bartick, P.) 著; 赵雪译. —北京: 电子工业出版社, 2010.1

书名原文: Silver Bullet Selling

ISBN 978-7-121-10042-0

I. 银… II. ①巴… ②巴… ③赵… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 224365 号

责任编辑: 贾晓峰

印 刷: 北京机工印刷厂

装 订: 三河市鹏成印业有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 720×1000 1/16 印张: 15.5 字数: 251 千字

印 次: 2010 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 28.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

内容简介

多年前，G·A·巴蒂克曾努力奋斗，企盼在销售行业成就一番事业，但仍无法在业内处于领先地位。他积极进取，拥有满腔的热情，具有高尚的职业道德，但却不知自己缺少什么，而正是这一点注定了他的失败。他尚不知晓杰出的销售专家用以与潜在客户和现有客户构建信任关系的6条销售制胜秘诀。自从他发现了这些秘诀，他的事业便峰回路转，渐入佳境。

基于多年的广泛研究及巴蒂克的亲身销售经验，以及各行各业数千位资深销售顾问的访谈记录，《银弹销售》揭秘了众多杰出销售专家共同的成功诀窍。更重要的是，该书将这种成功诀窍归纳为可产生巨大成效的简便的6步骤流程。它不仅告诉我们在成功之前应该说些什么，而且点拨我们如何管理并实施至关重要的销售流程。

《银弹销售》告诉我们，在每次与客户交往的过程中如何运用常规的顾问式销售理论，以达成更多业务。该书并非单一地阐述销售理论，而是指导我们如何有效地将其长期贯穿于实际中，产生立竿见影的效果，进而获得收益。阅读此书，我们会学到如何更好地与潜在客户交流，如何从激烈的竞争中脱颖而出，如何在买方心中构建我们的产品价值，最终帮助我们实现前所未有的销售业绩。

如果业务提成决定我们薪金的多少，我们就不能单凭三寸不烂之舌进行推

销，必须始终如一地贯彻这种行之有效的销售流程，这样才能成功实现每笔销售。销售并非易事，而世界上也没有战无不胜的永恒销售秘诀。然而，我们若能尽心尽力地遵循《银弹销售》所述的流程，在销售竞争中，我们所拥有的销售“军备”就能足以备战数轮销售竞争，让我们能如愿地实现预期目标。等什么？马上阅读此书，在销售竞争中开火还击吧！

赞 誉

“对销售员而言，《银弹销售》同油光锃亮的皮鞋和有利的销售区域一样，意义重大。我喜欢这本书。”

——斯图亚特·夏特（Stuart Chant）

Rewards Network 公司区域经理兼培训师

“银弹销售流程帮助我们建立客户关系，挖掘商机，更好地服务客户。原以为员工会抵制该流程，事实上他们对其非常推崇。我们的目标是将银弹销售流程融入公司文化。”

——吉姆·莱欧（Jim Roe）

Arlington/Roe 公司总裁

“巴蒂克兄弟道出了成功销售的精髓，不论是刚刚入行的新人，还是经验丰富的销售能手都能从中受益。我将在日常工作中，坚持运用 6 步骤销售流程，并不断反复研读此书。”

——史蒂芬·沙纳（Stephen Shaner）

健康伙伴（Health Partners）技术区域中心经理

“作者打造了一套体系完整、容易上手的关系型流程，它可以大大提高公司收益。不论你是刚入行的新人，还是经验丰富的行家，将这些技能运用到实践中，都可将你的业绩提高到新的高度。”

——米尔福德 L·斯坦恩 (Milford L.Stern)

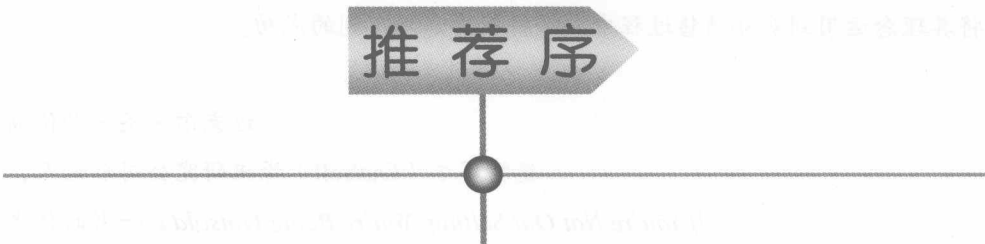
米尔福德 L·斯坦恩公司总裁兼首席执行官

“在我开拓新客户、提高业绩时，银弹销售流程为我提供了有力的辅助手段。不论是最简单的问题，还是极其复杂的房地产交易，它都很奏效。把它运用到日常工作中，看着自己的业绩日日攀升吧！”

——T·斯科特·杰克逊 (T.Scott Jackson)

美国第一产权保险公司财务总监

推荐序



1997年年初，我给G·A·巴蒂克打电话，让他帮我完成一项已谈成的销售培训计划。当时，奥特赛尔（OutSell）公司还刚刚起步，公司中还没有一个人员充足的团队去实施预定的数百个重大项目。之所以给巴蒂克打电话，是因为他具有极大的热情，极强的求知欲，极富感染力的人格魅力。那是他第一次介绍销售咨询和培训，但他出色地完成了任务。

巴蒂克坦言自己没有任何天赋；而且，在提到销售和成功销售的具体细节时，他还有许多地方要学习。本书向读者展示了巴蒂克一路成为全美国卓越销售专家的经验及教训，揭示了在竞争激烈的销售界中战无不胜的成功秘诀。

《银弹销售》吸取了巴蒂克和大家多年从事销售和客户服务的成败经验。在奥特赛尔公司，顾问每一天都与销售员、客服人员、销售经理和销售主管座谈，这些人中，有的事业成功，有的事业平平，与这些销售人员聊天，无疑是一种宝贵的学习及体验。本书与大家分享了奥特赛尔公司坎坷的经历及其在与销售人员直接接触中积累的成功秘诀和真知灼见。

书中阐述的销售理念源自现实世界，而非学术研究。这些理念并非理论，亦非新公司要构建的“销售概念”。对于致力于追求成功的销售人员，本书将是一种巨大的精神食粮。

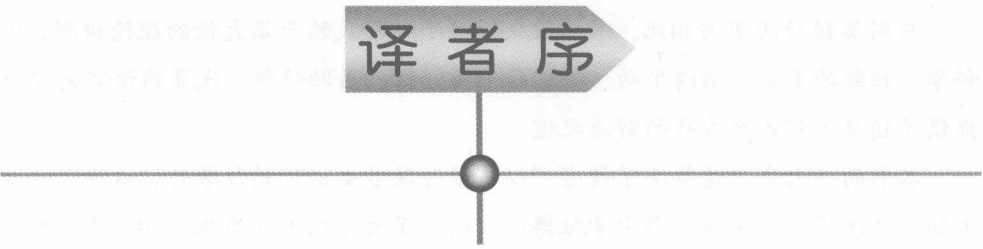
G·A·巴蒂克是我多年的挚友。世界上，我再也找不到比他更正直、更热衷帮助别人获得成功的人了。在本书中，巴蒂克与大家分享了他十几年来学习并传授给成千上万名销售人员的强有力的销售方法。无论是谁，只要阅读本书，并将其理念运用到实际销售过程中，必将获得意想不到的成功。

迈克尔·圣·劳伦斯

奥特赛尔 (OutSell) 资讯研究公司创始人，

《If You're Not Out Selling, You're Being Outsold》一书的作者

译者序



在经济危机日趋严重、市场低迷的今日，作为销售员的你是否坐在办公室里为尚未完成的销售任务而发愁？是否为明天的销售洽谈而担忧？是否对谈不成业务而郁闷？在你的心里，这些实在太重要了，它关系到你能否完成本月的销售额，能否领到工资，能否保住饭碗。想到老板那句“完不成任务走人，降薪，降职！”，你就不寒而栗。无论如何也想不明白：如何才能让客户心悦诚服，把那笔大单抛向你？为什么自己拼命地预约、讲解、讨好客户，跑折了腿，磨破了嘴，可客户就是不买账？

是啊，为什么？

所有销售员都想在事业上功成名就，然而多数人却无法圆梦，难道他们不具备这个才能？

《银弹销售》的出现为这些迷途中的销售员指明了方向，解决了他们的困惑，令其茅塞顿开。所谓“银弹”，即为战无不胜，攻无不克的利器。“银弹销售”即为销售业中屡试不爽的成功之道。

本书易读性很强，条理清晰，在美国一推出，便成为销售人员的实战宝典，究其原因在于该书能将传统销售理论与实践操作紧密结合，遵循本书流程，可在商战中无往不胜。资深销售专家、培训师巴蒂克兄弟从接触的销售顾问及广泛的

调研出发，结合亲身销售经历，把销售工作流程化，从事先准备开始，循序渐进地引导读者完成“银弹销售”所构建的客户关系，为客户量身打造具体解决方案、处理策略，最终成功完成交易。

与同类题材的图书相比，本书彻底抛弃了教条式的长篇大论的理论讲解，以科学、独到的见解，辅以生动、深刻的个案分析，借助精辟、浅显的语言为读者提供了销售流程各个步骤的解决之道。

本书的一大亮点是解决了读者“以前读过很多类似的销售著作，看懂了，却不知怎么运用”的困惑。书中旁征博引，列举了大量的真实案例、示例和反例，展示理论的实际运用。为增强可操作性，在每个技能、步骤讲述之后，编者均虚拟销售情境，帮助读者把握技巧运用的场合和方法，把传授的知识、技能付诸实践。

此外，本书作者一再告诫销售员，罗马不是一天建成的，销售奇迹也不是依靠一时冲动实现的；要想成为优秀的销售人员，就要发挥自己的特点，坚持贯彻正确的销售流程，这样才能不断提升销售业绩，最终走向成功。

有人说：“商场如战场，销售是现实生活中最残酷、同时也是最伟大的职业。由于条件的限制，大多数的销售人员在没有得到足够的训练之前，就被匆匆送上战场，凭着自己的悟性和天赋在惨烈的竞争中厮杀，转战输赢之间，殊为不易。”而销售人员也往往自诩为战士，能在没有硝烟的战争中横冲直撞。

然而，销售并不可怕，它是一个完全可以控制的流程，是一场胜券在握的“战斗”。译者在此热忱推荐这本书。销售人员有必要在繁忙的工作之余仔细研读本书，把握银弹销售的所有必胜“武器”。战士只有在带械上阵作战之前，对对方战略、战术及对手攻击的方法了如指掌，才能沉着冷静地应对一切意外和突变，才能在没有硝烟的战场中百战百胜。

谨把本书献给那些希望在销售事业上有所成就的人们。

目 录

第 1 部分 银弹销售简介

第 1 章 销售员不一定要有天赋	2
第 2 章 我是一名推销员，这就是我的故事	5
什么是银弹销售？	6
运用 6 步骤销售流程，改变你的人生	6
第 3 章 为什么必须阅读本书？	8
6 步骤银弹销售流程	8
谁写了这本书？	10
为什么撰写本书？	12
如何挖掘本书的最大功效？	12
第 4 章 为什么销售是一个流程？	14
单凭伶牙俐齿，未必带来业务提成	14

降低销售阻力，提高客户认知度.....	16
沟通至关重要	17
产生情感共鸣	17
第 5 章 什么是银弹销售流程？	21
6 步骤概述	22
成功的销售：一半在于流程，一半在于销售员的人格魅力	23
效率稍有提高，便可达到非常好的效果	26

第 2 部分 6 步骤银弹销售流程

步骤 1 事先做好准备

第 6 章 概述	31
平和的心态很重要	31
巴蒂克枪膛里的一颗子弹	33
第 7 章 事先准备的内容	36
调查研究	36
着装打扮	37
准时赴约	38
预先演练	39
团队销售的准备：10 个重要方面	40
正确记住名字	41
整理公文包	42
第 8 章 事先准备清单	44
示例：销售前的准备清单	44
销售前准备小贴士！	47

步骤2 构建客户关系

第9章 概述	49
构建客户关系的定义	49
巴蒂克枪膛里的一颗子弹	50
第10章 见面寒暄和议程陈述	53
见面寒暄为洽谈打开局面	53
寒暄后进入业务洽谈	54
议程陈述	54
每次洽谈, 首先表述议程	63
麦当劳的经历	63
激情可以传递	65
第11章 通过信誉构建和谐的客户关系	67
信誉声明的积极作用	68
每位客户都想问的3个问题	68
融会贯通, 综合运用	72
运用信誉声明	76
构建客户关系小贴士	77

步骤3 了解客户

第12章 概述	79
了解不仅是为了寻求事实	80
聆听是为了解, 还是为了应答?	82
巴蒂克枪膛里的一颗子弹	83
第13章 了解客户的目标	87
发现购买差异	87

聆听是构建和谐客户关系的重要途径.....	88
通过了解激发购买动力.....	89
第 14 章 了解客户的必备工具.....	91
购买标准.....	91
揭示购买标准.....	94
第 15 章 你提的问题反映出你的才智.....	97
询问并非审问.....	98
不要制造痛苦.....	98
笔记的重要性.....	99
示例：提问流程.....	101
主观臆断的后果.....	106
挖掘情感标准.....	106
如何推销平庸无奇的产品？.....	106
第 16 章 总结至关重要.....	109
总结：把了解客户环节推向更高层面.....	110
步骤 1 和步骤 2：转入总结、回顾现状.....	111
步骤 3：回顾期望目标.....	111
步骤 4：回顾期望值.....	112
步骤 5：提问信息确认性问题.....	112
步骤 6：转入具体解决方案.....	113
示例.....	113
销售周期.....	115
了解客户小贴士.....	116
步骤 4 为客户量身打造具体解决方案	
第 17 章 概述.....	118
处于流程的哪个环节.....	119

巴蒂克枪膛里的一颗子弹·····	119
解决方案陈述·····	121
第 18 章 方案陈述的议程说明·····	123
单次洽谈与多次洽谈·····	123
通过议程安排引入解决方案陈述·····	124
第 19 章 经营理念·····	127
经营理念的作用·····	127
3×3 演示技巧·····	128
形成自己的经营理念·····	130
挖掘自身的竞争优势·····	133
第 20 章 陈述解决方案的细节内容·····	135
陈述交易的细节信息·····	135
“这对我有什么好处？”·····	135
特征、纽带和效益·····	136
衔接 FBB 表述和了解客户步骤获得的信息·····	138
实践出真知·····	143
用事实佐证·····	144
整理、归纳事实依据·····	146
试探性提问——检测客户反应·····	146
激情饱满地陈述解决方案·····	147
步骤 5 处理客户关心的问题·····	150
第 21 章 概述·····	150
巴蒂克枪膛里的一颗子弹·····	152
处理顾虑前必知的两个秘密·····	153
我们不愿面对的两局局面·····	155

如何才能做好	156
两种必备的技能	156
第 22 章 处理客户顾虑流程的实施	157
处理顾虑流程的 6 个步骤	157
这个流程并非无懈可击	158
通过试探性提问, 转入处理顾虑流程	159
4 种类型的客户	159
融会贯通, 综合运用	172
第 23 章 做出回应	175
处理价格顾虑的 3 种策略	176
处理“费用”之外的顾虑	183
试探性提问	185
家庭生活中运用处理顾虑流程	188
第 24 章 摆脱竞争	190
步骤 6 完成交易	
第 25 章 概述	194
巴蒂克枪膛里的一颗子弹	196
第 26 章 什么是完成交易	197
完成交易是一个流程, 而非一个事件	197
执著终有回报: 苏斯博士的教训	198
持之以恒的成功实例	199
第 27 章 敲定细节, 确定期望值	201
要求取得订单就是完成交易	201
3 种可能的答复	203