

晋华
经管

正略钧策
ADFAITH

· 金牌 ·
—— 销售员培训系列 ——

在人与人的交往中，礼仪越周到越保险，
运气也越好。

——托·卡莱尔

销售 要有好礼仪

—— • 礼仪比智慧和学识更重要， • ——
它是与客户交往的润滑剂，更是成功交易的催化剂。

邹华英 方华明 编著



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

金牌销售员培训系列

销售要有好礼仪

邹华英 方华明 编著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

销售要有好礼仪 / 邹华英, 方华明编著. —北京:
人民邮电出版社, 2010.5

(金牌销售员培训系列)

ISBN 978-7-115-22669-3

I. ①销… II. ①邹… ②方… III. ①销售—礼仪
IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第052327号

内容提要

本书着重介绍了礼仪的基本特点和作用, 各章结合销售活动的具体环节, 介绍了相应的销售礼仪, 具有很强的实用性和针对性, 可以帮助广大销售人员完善外在形象, 提升内在修养, 从而有效推动销售活动的顺利进行, 提升销售业绩。

本书通俗易懂, 实用性强, 它能为所有进入销售行业并期待成功的人士带来意想不到的收获, 同时, 本书也是一本很有价值的销售人员培训教材。

金牌销售员培训系列

销售要有好礼仪

◆ 编 著 邹华英 方华明

责任编辑 许文瑛

◆ 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>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 15

2010年5月第1版

字数: 180千字

2010年5月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-22669-3

定 价: 29.80元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

前 言

中国自古就是礼仪之邦，崇尚礼仪是中华民族的传统美德。

寻根溯源，在中国古代，“礼仪”二字是分开来讲的。“礼”是指礼节和礼貌，“仪”是指仪表、仪容和仪态。后来两个字被合在一起，便具有了更加丰富的含义。

随着社会的发展，礼仪渐渐演化成人们在社会活动中必不可少的言行方式及行为规范，包括在不同时间、场合、地点得体的着装、优雅的仪态、落落大方的举止、彬彬有礼的谈吐和亲切友好的态度等。

换句话说，礼仪是个人内在素养的外在表现。

孔子说：“不学礼，无以立。”意思就是说，如果一个人不懂得礼仪，就没法在社会中立足。这一法则在竞争激烈的当今社会表现得更加突出。

现在，礼仪在人们的社会生活中显示出越来越重要的作用，每个人都应该在日常生活中讲究礼仪，销售人员更要讲究礼仪。在销售工作中，礼仪是销售人员的名片，礼仪所反映的内容往往会起到潜移默化的微妙作用。客户由销售人员的礼仪而知其修养，而这最终将影响客户的购买决定。

礼仪是销售的第一课。礼仪可以塑造销售人员完美的个人形象，帮助销售人员给客户留下良好的第一印象，并在和客户打交道的过程中赢得客户的好感、信任和尊重。对于销售人员来说，没有什么比客户信任更重要的了！把礼仪贯穿于销售活动中，将销售活动转化为心理和情感的交融过程，转化为能够满足心理需要的经济活动，这是销售行为能否成功的重要因素。

礼仪在销售过程中就是销售人员完善自身的点金棒，是其与客户交往的润滑剂，更是成功交易的催化剂，可以说，销售人员的礼仪修养关系到销售的成败。

一部著作的完成需要很多人的默默奉献，闪耀的是集体的智慧，其中铭刻着许多艰辛的努力，凝结着许多辛勤的劳动和汗水。

本书在编写过程中，得到十多位营销总监和各行各业的金牌销售员

的支持和帮助，他们是邹华英、董全才、谷桂琴、张书兰、王零雁、彭素英、彭易生、周静、吕三元、吕梅英、陈霖、曾建华、邓珠江、肖志勇、蒋伟民、王春红、唐锦群、刘兴国、高君、张旭东。在此向他们致以诚挚的谢意。

由于时间仓促，以及编者水平所限，书中不足之处在所难免，诚请广大读者批评指正。

目 录

第一篇 你的礼仪价值百万

第一章 给客户留下美好的第一印象 / 3

1. 礼仪是销售人员的最好包装 / 3
2. 别小看外表的加分作用 / 5
3. 第一印象的作用 / 6
4. 销售, 从个人形象开始 / 10
5. 把形象当成自己的名片 / 13
6. 从外表上尊重客户 / 15

第二章 销售人员的仪容礼仪 / 17

1. 仪容礼仪基本要求 / 17
2. 着装TOP原则 / 18
3. 着装协调性原则 / 21
4. 男士穿西装的礼仪 / 23
5. 男士穿西装十忌 / 25
6. 女士穿套裙的礼仪 / 26
7. 女士着装注意事项 / 28
8. 销售人员佩戴饰物的礼仪 / 30
9. 男销售人员仪容要求 / 31
10. 女销售人员仪容要求 / 32
11. 女销售人员化妆礼仪 / 33

第三章 销售人员的行为礼仪 / 37

1. 仪态礼仪概述 / 37
2. 站姿礼仪 / 38

3. 走姿礼仪 / 39
4. 坐姿礼仪 / 42
5. 蹲姿礼仪 / 43
6. 手势礼仪 / 45
7. 目光礼仪 / 48
8. 销售人员行为礼仪禁忌 / 50

第四章 最完美的礼仪——微笑 / 51

1. 微笑是最完美的礼仪 / 51
2. 微笑的训练方法 / 53
3. 微笑在销售服务中的作用 / 56
4. 微笑的五结合 / 57
5. 你今天对客户微笑了吗 / 59
6. 让微笑成为最好的名片 / 61
7. 用微笑和诚意为自己解围 / 63
8. 用轻松的幽默制造微笑 / 65
9. 微笑是最好的服务 / 66

第二篇 销售人员与客户交往的礼仪

第五章 销售人员递送和收受名片的礼仪 / 71

1. 小小名片大有“讲究” / 71
2. 递送名片的礼仪 / 74
3. 接受名片的礼仪 / 76
4. 索要名片的礼仪 / 77
5. 名片交换的礼仪 / 78
6. 名片的存放 / 79
7. 使用名片的忌讳 / 81

第六章 销售人员握手的礼仪 / 83

1. 把握握手的场合与时机 / 83
2. 正确的握手方式与伸手次序 / 85
3. 握手的禁忌 / 87

第七章 销售人员称呼的礼仪 / 89

1. 称呼的礼仪 / 89
2. 常见的称呼错误与禁忌 / 92
3. 国际称谓习惯 / 93

第八章 销售人员寒暄与问候的礼仪 / 95

1. 寒暄与问候的礼仪 / 95
2. 销售人员致意的礼仪 / 97
3. 见面学会点头礼 / 99
4. 销售人员如何对客户打招呼 / 100

第九章 销售人员介绍礼仪 / 103

1. 自我介绍礼仪 / 103
2. 介绍他人的礼仪 / 106
3. 集体介绍的礼仪 / 108

第十章 销售人员交谈礼仪 / 111

1. 交谈礼仪 / 111
2. 交谈中话题的选择 / 114
3. 语言中的礼仪细节 / 116
4. 谈话的禁忌 / 117

第十一章 拜访中的礼仪 / 121

1. 等待会见时的礼仪 / 121
2. 拜访客户礼仪 / 122

3. 商务拜访技巧 / 124

4. 销售拜访礼仪禁忌 / 128

第十二章 接待客户的礼仪 / 131

1. 迎接客户的礼仪 / 131

2. 接待客户的礼仪 / 132

3. 招待客人的礼仪 / 134

第十三章 送客礼仪 / 137

1. 送客礼仪简述 / 137

2. 馈赠礼节 / 138

3. 送礼的注意事项 / 142

第三篇 销售人员通信及电话销售礼仪

第十四章 接听电话礼仪 / 145

1. 接听电话应遵循的礼仪 / 145

2. 接听电话的禁忌 / 147

3. 代人接电话的礼仪 / 149

第十五章 拨打电话礼仪 / 151

1. 拨打电话应遵循的礼仪 / 151

2. 电话营销中的商务问候礼仪 / 154

3. 销售人员该如何挂断客户的电话 / 155

第十六章 电话约访礼仪 / 157

1. 电话约访的必要性 / 157

2. 电话约访前的准备 / 158

3. 销售人员电话预约礼仪 / 159

- 4. 电话约访流程 / 160
- 5. 电话约访时应该注意的事项 / 161

第十七章 手机使用礼仪 / 165

- 1. 手机使用礼仪概述 / 165
- 2. 手机铃声使用礼仪 / 167
- 3. 发短信的基本礼仪 / 168

第十八章 销售人员收发传真及电子邮件的礼仪 / 171

- 1. 收发传真的礼仪 / 171
- 2. 使用电子邮件的礼仪 / 173
- 3. 书信礼仪 / 174

第四篇 现代营销专题活动与应酬礼仪

第十九章 商务会议礼仪 / 179

- 1. 参加会议的礼仪 / 179
- 2. 展览会礼仪 / 180
- 3. 洽谈会礼仪 / 184
- 4. 销售人员参加仪式活动的礼仪禁忌 / 190

第二十章 销售人员宴请礼仪 / 193

- 1. 宴请的种类 / 193
- 2. 销售人员出席宴请的礼仪 / 195
- 3. 招待的宴请礼仪 / 196
- 4. 中餐礼仪 / 198
- 5. 西餐礼仪 / 200
- 6. 宴会向客人敬酒的礼仪 / 204
- 7. 喝咖啡的礼仪 / 205
- 8. 饮茶礼仪 / 207

第五篇 成交签约和售后服务礼仪

第二十一章 成交和签约礼仪 / 211

1. 捕捉客户成交信号，及时促成交易 / 211
2. 达成交易礼仪 / 213
3. 签约礼仪 / 214

第二十二章 售后服务礼仪 / 217

1. 售后服务礼仪概述 / 217
2. 销售要重视客户服务 / 218
3. 怎样建立良好的服务态度 / 222
4. 对客户的抱怨持欢迎态度 / 223

参考书目 / 227

第一篇

你的礼仪价值百万

- 第一章 给客户留下美好的第一印象
- 第二章 销售人员的仪容礼仪
- 第三章 销售人员的行为礼仪
- 第四章 最完美的礼仪——微笑

第一章

给客户留下美好的第一印象

1. 礼仪是销售人员的最好包装

销售人员推销产品的同时也是在推销自己，塑造自身良好的礼仪形象可以让客户在接受产品或服务时心情愉快。有时候，销售礼仪比销售产品本身更重要。

礼仪是销售工作的重要组成部分，关系着其他销售环节的进展程度。对一名销售人员来说，礼仪是必不可少的一项修炼。

被誉为“日本推销之神”的原一平，在刚刚进入销售行业时，是一个“桀骜不驯”、不注重礼仪的新人。



案例

有一天，原一平受公司之托去一家烟酒店拜访。

这家烟酒店是由公司老业务员促成的新客户，因而原一平的这次拜访就应该算是回访。原一平当天打扮得很随便，帽子歪戴着，领带也似系非系。

原一平一边说早安，一边没有礼貌地直接拉开玻璃门，应声而出的是烟酒店的老板。

老板一见原一平的模样，就生气地大声说：“喂！你是什么态度？你懂不懂礼貌？还歪戴着帽子跟我讲话，我信任明治保险，所以才投了保，谁知我所信赖的公司的员工，竟然这么随便、无礼。”

气急败坏的客户拒绝了原一平请求其继续投保的要求。

后来，原一平不断道歉，勉强留住了这位客户，多年后他对这件事依然记忆犹新。在世界“百万美元圆桌会议”上，有媒体对这位20世纪最伟大的销售人员做了专访，其中有人问原一平什么才是成功推销的保证，原一平很认真地吐出了两个字——“礼仪”。

中国有句古训：“未曾用艺先学礼。”同样，在西方也有句类似的名言：“没有良好的礼仪，你会成为骄傲、自负、无用和愚蠢的代表。”一个初出茅庐的销售新人，要面对纷繁复杂的人际关系，接触形形色色的客户，不懂礼仪不仅会贻笑大方，还容易导致销售失败。尤其在人人崇尚礼仪的当今社会，能不能闯过礼仪关，将直接影响销售人员的业绩和前程。

销售礼仪是指销售人员在销售活动中，用以维护企业或个人形象，对服务对象表示尊重和友好的行为规范。它是一般礼仪在销售活动中的运用和体现。在现代市场经济条件下，作为一名销售人员，要想在竞争激烈的行业中取得成功，并保持良好的商业信誉和个人形象，就必须了解、熟悉和正确遵行销售礼仪。一般说来，在销售活动中，言谈举止优雅大方、自然得体，按约定俗成的规矩办事，按大家都可以接受的礼节程序与客户互动等，都是销售礼仪的基本内容。

礼仪的重要性主要表现在以下几个方面。

- 体现自身素质

销售人员销售产品的同时也是在销售自己。销售人员只有树立有内涵、有修养的形象，客户才会欣然接受，并给予其合作的机会。一个有魅力、有修养的人，自然走到哪里都会受到欢迎。

- 创造良好的第一印象

注重礼仪的销售人员可以塑造完美的个人形象，给客户留下最好的第一印象，在销售行为开始之前就能赢得客户的好感，为接下来的合作打下良好的基础。

- 塑造公司形象

销售人员在与客户接触时，代表的是公司，因此有责任维护公司的形象，言谈举止都要对公司的形象负责。公司只有在公众心目中树立起良好的形象，其产品才会被接受。

好礼仪

销售人员推销产品的同时也是在推销自己，塑造自身良好的礼仪形象可以让客户在接受产品或服务时心情愉快。有时候，销售礼仪比销售产品本身更重要。礼仪是销售工作的重要组成部分，关系着其他销售环节的进展程度，对一名销售人员来说是必不可少的一项修炼。

2. 别小看外表的加分作用

人们观察一个人，都是先看其外表的，外在形象是留给别人的第一印象。作为一名销售人员，如果你的仪表过不了关，那么客户会立即对你、对你推销的产品失去兴趣——这么差劲的人，买他的产品我能放心吗？因此，销售高手都十分注意自己的外表，以期直接、迅速地给客户留下最好的印象。

日本推销界流行一句话：要成为第一流的销售人员，就先从仪表修饰做起吧。而美国的销售大师法兰克·贝格也曾说过：“外表富有魅力可以让你处处受欢迎，不修边幅的销售人员在一开始就失去了机会。”



案例

某个闷热的下午，一位保险销售人员走进了一家制造公司的总经理办公室。这名保险销售人员身上穿着一件有泥点的衬衫和一条皱巴巴的裤子，嘴角叼着雪茄，含糊不清地说：

“早上好，先生，我代表××保险公司。”

“你代表什么？”这位总经理问，“你代表××保险公司？听着，年轻人，我认识××保险公司的几个领导，你错误地代表了他们。”

很明显，这是一次失败的销售！

有人说衣着打扮不是万能的，但装扮不得体是万万不行的。这句话确实很有道理。如果你的穿着得体，信心自然会大增。



案例

班·费德文是美国保险界的传奇人物，被誉为“世界上最富有创意的销售人员”。但他刚进入保险行业时，穿着打扮非常不得体，业绩奇差，公司方面有意辞退他。

费德文因此非常着急，就向公司里的一位销售高手讨教。那位销售高手对他说：“这是因为你的头发理得根本不像销售人员，衣服的搭配也极不协调，看上去非常土气！你一定要记住，要想成为一名优秀的销售人员，就先要把自己打扮成优秀销售人员的样子。”

“你知道我根本没钱打扮！”费德文沮丧地说。

“但你要清楚，外表是会帮你加分、帮你赚钱的。我建议你去找我的一位朋友，他是位服装设计师，你只要说是我介绍你来的，他就会告诉你如何打扮才得体。你这么做会既省时又省钱，何乐而不为？这样更容易赢得别人的信任，工作也就更得心应手了。”那位销售高手诚挚地说。

费德文马上去理了理发店，要求发型师帮他设计一款干净整齐的发型，然后又去了同事所说的服装设计师那里，请那位服装设计师帮他设计一下造型。服装设计师非常认真地教费德文打领带，帮他挑西服，并选择与之相配的衬衫、袜子、领带等。他每挑一样，就解说挑选这种颜色、款式的原因，还特别送给费德文一本关于如何穿着打扮的书。

从此，费德文像变了一个人似的，他的穿着打扮有了专业销售人员的样子，这使他在推销保险时更有自信，而他的业绩也因此增加了几倍。

各行各业的推销人员，其衣着打扮、一言一行都会影响到日后与客户之间的互动和销售业绩。因此，用适宜的装扮与言之有物的谈吐来营造出属于你自己的气质，给客户留下良好的第一印象是非常重要的。

在此需注意的是，所谓的“注重外表”，不是盲目追求流行，惟有找到适合自己的装扮，才能有效地为自己加分。否则，会出现过犹不及的状况。

好礼仪

作为一名销售人员，如果你的仪表过不了关，那么客户会立即对你、对你推销的产品失去兴趣——这么差劲的人，买他的产品我能放心吗？因此，销售高手都十分注意自己的外表，以期直接、迅速地给客户留下最好的印象。

3. 第一印象的作用

第一印象在心理学上称为“最初印象”，通俗地说，就是和他人初次见面对方在你身上所发觉的一切现象，包括仪表、言谈举止等诸多方