

ICHE
XIAOSHOU



汽车销售

快速成交

50招

华英雄◎著



YZLI0890167160

SALESU

CHENGJIAO50ZHAO

经典的案例、超强的实用性

沟通训练专家倾情讲授使数万人受益的实用销售技巧
让你成为世界上最伟大的销售高手

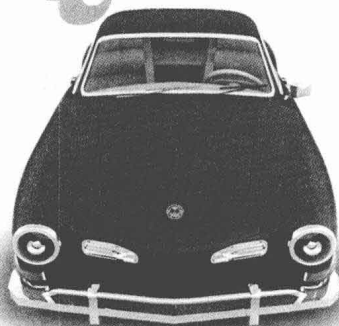


中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

汽车 销售 快速成交50招

华英雄◎著

ICHE
XIAOSHOU



ALISU
AO50ZHAO



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车销售快速成交 50 招/华英雄著

北京: 中国经济出版社, 2012. 3

ISBN 978 - 7 - 5136 - 1254 - 8

I. ①汽… II. ①华… III. ①汽车—销售—方法 IV. ①F766

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 231041 号

责任编辑 戴玉龙
责任审读 贺 静
责任印制 石星岳
封面设计 大象设计

出版发行 中国经济出版社
印 刷 者 三河市佳星印装有限公司
经 销 者 各地新华书店
开 本 710mm × 1000mm 1/16
印 张 14.25
字 数 220 千字
版 次 2012 年 3 月第 1 版
印 次 2012 年 3 月第 1 次
书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 1254 - 8/F · 9123
定 价 35.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794



目录 contents

第一章 初次与客户接触 / 1

- 第 1 招 客户对销售人员态度冷淡 / 3
- 第 2 招 巧妙应对客户刁钻问题 / 9
- 第 3 招 获取客户个人信息资料 / 14
- 第 4 招 探寻客户购车的潜在意向 / 19
- 第 5 招 客户开门见山地询问价格 / 21

第二章 客户需求发掘 / 27

- 第 6 招 客户考察之后又再度到访 / 29
- 第 7 招 了解客户的购车背景 / 33
- 第 8 招 掌握客户需要解决的问题 / 37
- 第 9 招 升级客户解决问题的欲望 / 41
- 第 10 招 掌握客户中意的理想车型 / 44
- 第 11 招 挖掘客户重点关注内容 / 48
- 第 12 招 探询客户购车的预算计划 / 52
- 第 13 招 掌握客户购车的时间计划 / 55
- 第 14 招 理清购车的关键决策人物 / 58
- 第 15 招 判断客户对市场的了解程度 / 62

第三章 产品魅力展示 / 65

- 第 16 招 产品展示前注意事项 / 67
- 第 17 招 产品展示中注意事项 / 70

- 第 18 招 试乘试驾中注意事项 / 75
- 第 19 招 产品展示结束时注意事项 / 80
- 第 20 招 如何评价竞争对手的车型 / 83
- 第 21 招 如何应对客户的低调反应 / 87

第四章 消除客户异议 / 93

- 第 22 招 对车的质量不放心 / 95
- 第 23 招 品牌不是非常知名 / 98
- 第 24 招 我不太想购买国产品牌车 / 102
- 第 25 招 你们的车不错,但太贵了 / 106
- 第 26 招 我诚心想买,你打点折吧 / 110
- 第 27 招 我要先和家人商量商量 / 115

第五章 电话跟进技巧 / 119

- 第 28 招 有效跟进策略 / 121
- 第 29 招 应对客户借口 / 127
- 第 30 招 增强客户满意 / 131
- 第 31 招 扩大销售战果 / 135

第六章 完美签单技巧 / 139

- 第 32 招 利益促成法 / 141
- 第 33 招 对比促成法 / 145
- 第 34 招 诱导促成法 / 149
- 第 35 招 实例促成法 / 153
- 第 36 招 从众促成法 / 156
- 第 37 招 细节促成法 / 160
- 第 38 招 富兰克林法 / 164

第七章 完美交车 / 167

- 第 39 招 再次提升客户的满意度 / 169
- 第 40 招 清晰服务事项与流程 / 174



第41招 高手秘籍:产品与服务缺陷的转化 / 177

第八章 售后服务处理 / 181

第42招 服务事项提醒 / 183

第43招 征询客户意见 / 185

第44招 持续开发客户需求 / 188

第九章 化解投诉 / 195

第45招 缓和客户态度的技巧 / 197

第46招 产品缺货,交车延迟太久,客户要求退车 / 202

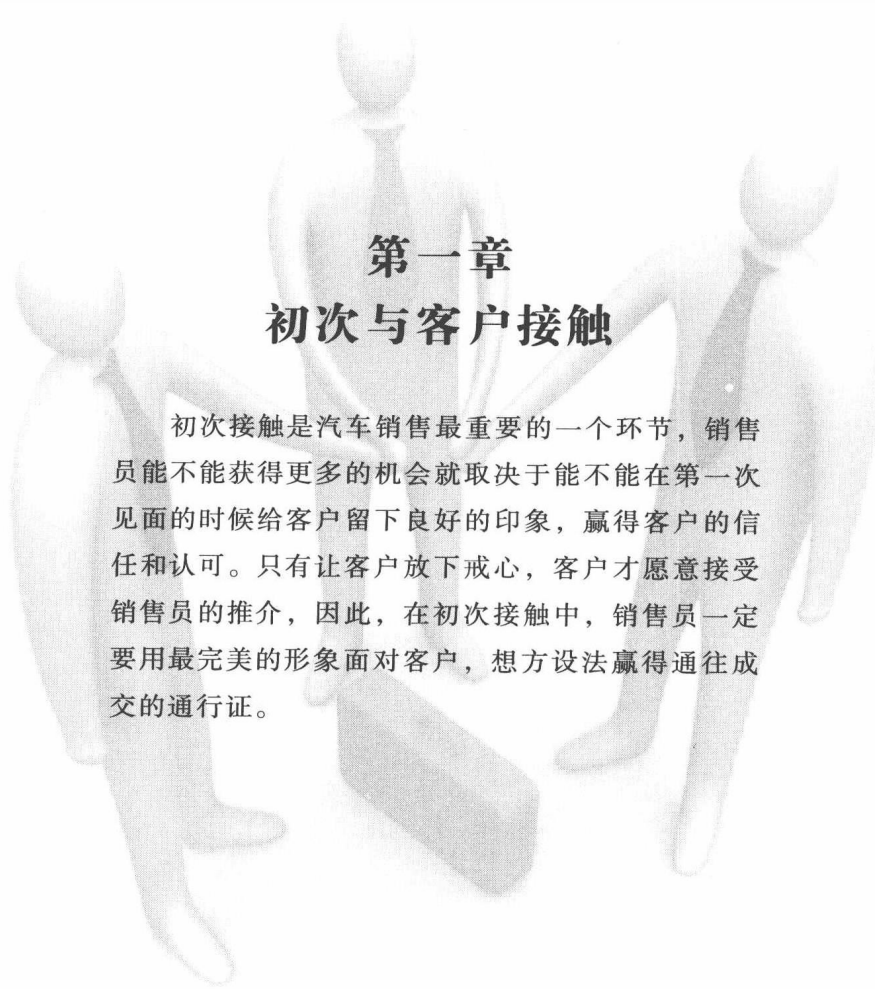
第47招 售后服务态度差 / 206

第48招 维修服务网点少 / 209

第49招 维修服务收费高 / 212

第50招 因产品质量问题要求退车 / 215

后记 / 221

The background of the page features three stylized, semi-transparent human figures in business attire (suits and ties) standing behind a podium. The figures are positioned in a way that they appear to be presenting or speaking at the podium. The overall tone is professional and corporate.

第一章 初次与客户接触

初次接触是汽车销售最重要的一个环节，销售员能不能获得更多的机会就取决于能不能在第一次见面的时候给客户留下良好的印象，赢得客户的信任和认可。只有让客户放下戒心，客户才愿意接受销售员的推介，因此，在初次接触中，销售员一定要用最完美的形象面对客户，想方设法赢得通往成交的通行证。



第1招 客户对销售人员态度冷淡

实景再现 ●●●

客户走进展厅后，径直去看新车广告短片，然后察看展示车型。销售员走上前接待，但客户反应很冷淡。

销售员：先生，我是李明，很高兴为您服务，请问您有没有已经看好的车型呢？

客 户：先看看。

销售员：先生，您既然来到这里，就是我们的客户，您现在买不买都没关系的，买车就是要多看看，我一定会尽力让您满意。您可以先了解一下我们的车型。我们现在有一款车正在进行促销，价格优惠，客户的反响也不错，您要不要看一下？

客 户：哦？

销售员：先生，这款车在那里，您这边走。请问先生，您觉得在买车的时候哪方面的因素比较重要呢？

客 户：性能吧，其次就是价格。

销售员：先生，您一定可以买到物美价廉的车的。您看，这就是我们促销的车型。这款车……

情景分析 ●●●

从本质上来说，客户和销售员的利益在某种程度上是对立的，谁说得越多，谁先被对方说服，谁就输了，谁就会被对方抓住把柄而陷入被动境地。这样，双方站在不同的阵营里，自然心态有所不同，所以当客户进入一家销售中心的时候都难免会有戒备心理，刚开始的很长一段时间里都不愿意与销售员有过多的接触，甚至不愿意与销售员



说话。如果不打破这种冷淡、沉默的气氛，时间长了，客户就会转身离去，而一旦离去，除非商家的产品独一无二，否则客户将不会回头，销售员也会彻底失去销售机会。在这样的情况下，销售员需要遵循客户的心理状态变化设计好接待方法，给客户听你介绍的理由，把客户留在展厅里，然后抓住时机接近客户，消除客户的不安心理，并找到客户的需求热钮，让客户产生足够的兴趣愉快地了解产品，在最短的时间里做出购买决定。

温馨提示 ●●●

提示一：控制情绪，不要被气愤冲昏头脑

情绪是可以传染的，当客户冷淡地对待销售员的时候，如果销售员以牙还牙以冷淡或不耐烦相对，客户的防备心理和不满心理就会得到进一步加强，甚至转而感到能够耐心对待他的销售员那里去。所以，客户就是上帝，无论客户什么态度，销售员都要耐心以对，千万不要针锋相对抱怨客户，更不要表现出不耐烦的神色。

销售员：先生，请问您喜欢什么车型呢？

客 户：……

销售员：先生，您想看什么车呢，我给您介绍介绍吧？

客 户：我先自己看看。

销售员：那您慢慢看吧。

提示二：不要随意说“有什么问题可以叫我”

很多销售员在遭遇客户冷遇之后，通常会以退为进说：“那您先慢慢看吧，有什么问题可以叫我，好吗？”应该说，这种说法本身没有错误，对那些有很强烈的购买欲望但是戒心也很强的客户来说，它很容易发挥作用。但这种说法的潜台词就是“要是没有什么问题就不要叫我了”，显然其负面作用就是：销售员主动放弃了为客户进行介绍的机会，使自己处在了一种被动的地位，但客户的戒心并没有消除，只要客户不着急购车，他



就可能看完之后转身离开。

销售员：先生，您想看看什么车型？

客 户：……

销售员：这样吧，先生，我叫李明，您先慢慢看看，需要的话叫我。

客户看完之后，不声不响地离开了。

能力提升 ●●●

1. 注意接待礼仪

初次与客户接触的过程中，礼仪是至关重要的一个方面。如果客户进入展厅看了一圈后就冷冷淡淡地离开了，多半和销售员的个人形象有莫大的关系。对一个优秀的销售员来说，良好的个人形象、言行举止本身就是吸引客户的磁石。所以，如果客户对你反应冷淡，你首先就要反思自己在接待礼仪上是否做到位了。

(1) 保持个人仪容得体整洁，穿着要合乎自己的职业和公司的规定，不要以邋邋脏脏的不修边幅形象呈现在客户面前。

(2) 注意自己的肢体语言。与客户握手的时候要坚实有力，尽可能将一个坦诚、友好、热情、自信的形象传达给客户，但是对女性客户最好不要主动伸手。握手的同时可以迅速找出客户值得赞美的地方轻松愉快地美言几句，尽可能营造一个轻松愉快的交流氛围。与客户交谈的时候，目光要自然友好地注视客户，不要漫不经心、闪烁不定。坐下的时候，要保持销售员标准的坐姿：身体微微前倾。双腿并拢与身体成直角，不要大大咧咧地靠在椅背上或不停抖腿。交换名片的时候，要双手递给客户，有字的一面朝上，同时真诚地向客户表示感谢；接过客户的名片后要认真看一看，并读出对方的名字。

2. 从客户的衣着打扮、气质、职业、驾驶的车等着手寻找客户感兴趣的话题

每一个客户都有着自己独特的购买模式，而这种购买模式的形成与客户的性格特征是密不可分的。因为不同性格的客户有着不同的行为习惯和



偏好，反映在消费行为中，就会呈现出鲜明的个性特色。根据这些个性特色，销售员就能够发现客户的购买模式，了解到客户在购买商品时是有主见，能够进行自我判断，还是依赖型，容易受别人意见的影响；是在购买时表现得稳重、冷静，还是犹豫不决、拿不定主意；是强调实用价值，喜欢实用的物品，还是追求时尚，强调个性等情况。销售员在打开局面的时候，可以因人而异从客户感兴趣的话题入手，用客户喜欢的方式介绍产品。对初次见面的客户来说，这些话题主要包括以下几类：

(1) 客户的衣着打扮、气质：这一点主要适用于女性客户。

“小姐，您这身衣服真是漂亮，剪裁合体，款式新颖，又高贵又大方，能问问您是在哪里买的吗？”

“太太，您皮肤真好，白皙细腻，我要是有这样的好皮肤就好了，可以问您平时都去哪家美容院吗？”

(2) 职业：找这方面的话题需要销售员有非常强的观察力。

“先生，看您气质高雅，请问您是从事什么工作呢？”

“先生，请问您在什么公司工作呢？……我听说这种公司对员工的个人能力要求非常高，您能进这样的公司一定非常了不起，如果我要是去的话，都需要具备什么条件呢？”

(3) 客户驾驶的车：有些客户会开着车去看车，这样的客户通常经济宽裕，而且对车很了解，很容易打开话匣子。

销售员：先生，门口那辆蓝色的车是您的吧？

客 户：是啊，怎么了？

销售员：先生，恕我冒昧，我是看到您这辆车实在是忍不住，这辆车……

(4) 关心客户：销售员可以从客户的实际出发，关注客户的困难，对客户表达真诚的关心。

“听天气预报说今天会下雪，好像特别冷。我看您穿得很少，要注意身体呀，来，这里暖和，我们到这里谈。”

3. 利益引诱

正所谓“人为财死，鸟为食亡”，利益是最容易打动一个人的。事实上，用最少的金钱购买到最好的服务和产品是每一位客户的追求。在卖车



的时候，销售员可以用优惠措施去调动客户的购买欲。

“我们现在有一款车正在搞活动，购车的客户可以获得价值两万元的××大礼包，您要不要看一下？”

不过，需要注意的是，在利益引诱的时候，销售员一定要知道客户想要的是什么，然后才能“打蛇打七寸”，让客户挪不开步子。很多销售员虽然尽心尽力介绍自己的汽车，但客户总是不领情，不是拒人于千里之外就是反应低调，就是因为他们总是只想自己所想，想当然地推荐自己认为好的车，却从来没有站在客户的立场上考虑客户到底需要什么。如果你能够首先将自己放在客户的位置上，设身处地地去想如果自己是客户的话自己希望得到什么样的车和服务，你就不会在客户面前受到冷遇。

4. 赞美

赞美是打破人与人之间僵局的有效方式，没有人不喜欢听好话，哪怕明知道那只是一种应酬话，听到有人真正地赞美自己，他们也会发自内心地高兴。所以，只要是积极、正面的，销售员就可以毫不吝惜进行真诚赞美。当然，赞美不仅仅限于客户本人，如果你实在想不出该赞美客户什么，就从他的同伴身上入手，如赞美客户的孩子聪明伶俐，赞美太太/丈夫气质高雅/温文儒雅等都可以。不过需要注意的是，在赞美客户的时候一定要言之有物，不要张口闭口就是“您真有气质、您真漂亮、您真好”等让人莫名其妙，不明白自己到底哪里“有气质”、哪里“漂亮”、哪里“好”的无意义的恭维词。要知道，客户这时候的心态通常非常警惕，一旦发现销售员在没话找话、空口说白话，他们会更不安更抗拒。

“欢迎光临，先生，我看到您是开车过来的，那车真漂亮，我有个朋友也想买车，可以问您是在哪里买的吗？”

“先生，您这辆车看起来非常高档，在相当长一段时间里都是成功人士的座驾。您当时选车的时候一定费了很大工夫。”

5. 察言观色找时机说话

从走进销售中心的那一刻起，客户的情绪就处在矛盾状态中，他们既希望深入了解产品的情况，却又不喜欢被销售员看出自己不懂车；既希望受到热情的招待，又不希望自己一进店就被销售员施加有形无形的压力。销售员要懂得察言观色，始终保持对客户的高度关注，只要发现客户的态



度有变化或露出了需要帮助的意思，销售员就可以及时走上去与客户搭讪，尽量不要被动地等着客户主动招手向销售员寻求帮助。此外，需要注意的是，销售员在接待客户的时候也要避免寸步不离地跟着客户。在销售中，及时迎接客户固然是一种必需的做法，但如影随形地跟在身后却会让客户无所适从，甚至因为反感而逃之夭夭。所以，面对态度冷淡的客户，销售员可以热情迎接，然后给他自己去观察和思考的空间，自己不动声色地察言观色，在其需要的时候及时出现，这不仅是对客户的尊重，也可以缓解客户的紧张和不安心理。

6. 提问的时候限制客户的范围，不要设置开放性问题

初次到一个陌生的汽车销售中心，客户心中必然会缺乏安全感，也必然会有防范心理。这时，如果销售员提出“有什么可以帮助您的”之类的问题，客户就会很容易表现出冷淡的态度，因为他原本就不愿意让你了解太多，那么他又怎么会配合你说太多呢？所以，与其设置这种让客户难以回答的开放性问题，还不如直接限制客户的选择，让他回答“是”或“不是”，“这一个”还是“那一个”。

“先生您好，欢迎光临，希望我能让您满意。您看您是自己先熟悉一下，还是我向您介绍几款比较畅销的车型？如果您愿意，您也可以到休息区坐下来，喝杯茶休息一下，慢慢看几款汽车资料。”



第2招 巧妙应对客户刁钻问题

实景再现 ●●●

客户看中一款车，在仔细查看一番后提出了一连串的问题。

销售员：先生，您真是有眼光，一眼就看中这款车了。

客 户：是吗，你们是不是对每一个客户都这么说？

销售员：先生，您说笑了。这款车是欧美非常流行的车型，是我们店里的主打产品，底盘高、越野性能好，车内装饰豪华舒适，销量一直很好，客户多数都是像您一样有品位的成功人士。我们这里每天都接待很多客户，不过说实话，像您这样的客户就不多见，一来就点名看这款车，这说明您很有眼光、对车子很了解，难道不是吗？

客 户：车是好车，不过我听说你们这里的服务不是很好。

销售员：啊？可以问问您是听谁说的吗？我从来没有听说过。不过既然您听说了，还请您告诉我哪里做得不周，这也是给我们的宝贵意见啊，只要值得改进就欢迎您提出。

客 户：呵呵呵，我也就是听人说说，也没放在心上。不过要是我买了以后，车子出现质量问题怎么办？

销售员：先生，我理解您的心情，毕竟谁都不希望自己千挑万选的爱车出问题。您放心，我们的车在出厂之前就已经经过了多道程序的检测，而且这款车特地采用了加厚钢板，厚实稳重，驾驶起来稳定安全。我们全国各地都设有维修点，在购车后的五年内都可以为您免费维修，我们的服务队伍一定会为您提供最优质的服务。先生，您之前试驾过这款车吗？

客 户：没开过，朋友有辆这个车，看过。

销售员：先生，您什么时候方便，我可以为您安排一下试驾，您可以更好地感受一下这款车的稳定性、舒适度。



情景分析 ●●●

销售员每天都会遇到形形色色的客户，其中难免会有刁钻难缠的客户。这种客户既是对销售员耐心的极大考验，也是对其专业知识、应变能力的考验。他们会拒销售员于千里之外，常常百般挑剔，总以为所有的销售员都是骗子，时刻防范着对方。他们态度恶劣，蛮不讲理，斤斤计较，会对一些根本不是问题的问题纠缠不清，且提出的问题大多很有难度——刁钻。

这样的客户常常让人手足无措，不知道怎样应对。其实，能够提出一些刁钻问题的客户通常都是对产品有一定了解和相当的购买欲望的，只是认为缺少足够的说服力去说服自己接受产品。他们需要销售员给他们足够的信任感。面对这样的客户，销售员一定要耐下性子，弄清楚客户的需求，并针对客户的问题，有针对性地向客户介绍产品，使客户对产品建立起信任，抓住时机推动客户向试驾阶段前进。

温馨提示 ●●●

提示一：引导客户，不要被客户引导

面对刁钻的客户，很多销售员都会有应接不暇、手忙脚乱的感觉，客户问什么说什么，始终跟着客户的思维走，却忘了自己的目的是什么，结果不但不能掌控局面，不能有效地说服客户，反而被客户牵着鼻子走，让客户有机会提出更多的刁钻问题。所以，销售员在洽谈的整个过程中，一定要保持清醒的头脑，始终把握主动权，在适当的时候转移话题，不要被客户绕进去。

客 户：车子的质量能保证吗？

销售员：您放心，质量绝对没问题……

客 户：但是这个车怎么是小牌子的？

销售员：先生，关于这个问题是这样的……



提示二：不要反驳客户，更不要与客户争执

如果销售员不注意方式，客户单方的刁钻最后就会演变为客户与销售员双方的抬杠式争吵。一旦争吵起来，不管是因为什么问题，你都不会是最最终的赢家，你得不到任何好处。因为客户“永远”是对的，反驳客户、与客户发生争执只会让客户产生不快，他的自尊心会受到伤害，他永远不会想到购买你这个与他争执的销售员的汽车。所以作为销售员，无论什么时候都不要反驳客户，更不要与客户争执，那种纯属找打型的做法只会让原本只是找借口的客户转而愤怒。

客 户：这个车怎么这么难看？

销售员：哪里难看了，挺好看的。我怎么不觉得难看。

客 户：你觉得好看你自己留着吧。

能力提升 ●●●

1. 无论何时，先肯定客户的想法，对他表示理解

没有人喜欢有人反驳自己，哪怕他的问题不合情理，客户也一样。与刁钻的客户纠缠刁钻的话题，只能进一步激发起客户的逆反心理。相反，如果先顺着客户的意思表达意见则会化解客户的抗拒意识。所以，如果与客户有不同的意见，先肯定对方，对他的想法表示理解，再说出自己的看法，而且与客户说话时要表现出尊重、重视和关切的神态，言辞中不要露出不满、烦躁、蔑视的意味。始终保持微笑，如果自己确实心情欠佳，就暂时不要接触客户，不要把情绪带给客户。需要注意的是，销售员要注意自己的言辞，告诉客户你对他的想法理解但不认同，不要给客户一种他的想法是正确的感觉，以免客户抱着自己的想法不放。

“先生，您说的对，如果我是您，我也会这样想的。其实，我们之所以这样设计是考虑到……”

“先生，我很理解您的想法，我想，您其实是担心……对吗？关于这个问题是这样的……”