

在这个营销时代，你要学会用脑去销售
巧夺订单才是硬道理

DING YONGNAONA

学会用脑拿订单

为正准备致力于从事销售工作和正在与客户打交道的销售人员，提供准确、实用、全方位的指导。读完此书，你将即学即会，全面提升销售业绩。

风靡全球的营销经典读物
拥有财富是每个人的梦想

孙朦◎编著

对于一名屡遭挫折的营销人员来说，你是否知道，为什么你总被顾客拒之门外？你是否知道，什么原因使你的梦想破灭？如果你现在还是一头雾水，不知道究竟销售中的哪一个环节出差错，那么，你只需静下心来读完此书，你便找到了营销秘诀，找到了快速致富的捷径。



东北师范大学出版社
NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS

在这个营销时代，你要学会用“脑”去销售
巧夺订单才是硬道理

DING YONGNAONADI

学会用脑拿订单

藏书章

风靡全球的营销经典读物



孙朦◎编著



东北师范大学出版社
NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

学会用脑拿订单 / 孙朦编著. — 长春: 东北师范大学出版社, 2011.8

ISBN 978-7-5602-7277-1

I. ①学… II. ①孙… III. ①销售—方法
IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 164127 号

责任编辑:沙铁成 封面设计:大象设计

责任校对:杨占星 责任印刷:张允豪

东北师范大学出版社出版发行

长春净月经济开发区金宝街 118 号(邮政编码:130117)

电话:0431-84568220

传真:0431-85693386

网址:<http://www.nenup.com>

电子函件:sdcds@mail.jl.cn

北京业和印务有限公司印刷

2012 年 1 月第 1 版 2012 年 1 月第 1 次印刷

幅面尺寸:170mm×240mm 印张:17.75 字数:244 千字

定价:32.00 元

前言

Preface

当你意气风发地敲开客户的房门推销产品时，客户却对你充满着疑惑的眼神，甚至对你置之不理，此时你的心灵是否受到了打击？

当你正满心欢喜地拿着订单与客户签约时，你的一个细微漏洞惹恼了客户，结果，竹篮子打水一场空，一个订单就这样泡汤了。

大家都知道，销售是一项极具挑战性的职业。销售人员总是在拒绝与接受中挑战自我。对于销售人员来说，昨天是残酷的过去，今天是残酷的现实，明天将有着美好的希望。但是，大部分人都倒在了今天残酷现实的血泊之中。

其实，销售并没有你想象中的那么复杂。你要想推销出一件产品，需要的是你的各种综合素质，更需要的是技巧，而非鲁莽；销售需要的是一份平和的心态，而非浮躁的心情。销售是一门韵味很深的课程，它更是一种时间的积累、专业知识的积累、实战经验的积累、行业人脉的积累。

在销售界有这样一句很经典的话：“能攻下堡垒的不是牙齿，而是你的舌头，更是你那充满智慧的大脑。”

做过销售工作的人可能都知道，要想成功地将一件商品推销出去，最重要的是如何快速地刺激客户的购买心理，有效地调动客户的购买需求，从而在心理需求、情感欲望上最大程度地激发客户的购买欲望。所以，作为一名优秀的推销员，只有学会用脑来武装自己，掌握一定的销售技巧，

善于洞察客户的心理,化解客户的心理抵触,使交易自然达成,你才能拿到人生最重要的一桶金。

著名美国心理学家马克斯韦尔·马尔茨曾说:“每个人都是为成功而来到这个世界上的,但是有的人成功了,有的人却没有,那是因为每个人使用大脑的程度不同。”道理很简单,成功者是实实在在用心、用脑去做事业,而失败者只是敷衍了事。

本书正是从如何使用大脑来营销、如何能够更好地应对客户的拒绝、怎样可以更好地去销售自己、拿到订单后如何去做等多方面入手,内容涵盖销售心理修炼、销售技巧以及实战说话术中的各种策略,为正准备致力于从事销售工作和正在与客户打交道的销售员,提供准确、实用、全方位的指导。通过对本书的阅读,希望销售人员可以在困难重重的工作中变得游刃有余,在与客户的身经百战中,可以巧夺订单。

真诚地希望读者朋友在阅读本书后,可以不断地在销售领域开拓自己的事业,取得辉煌的战绩。

目 录

Contents

第一章

赢在起点,学会用脑

古人云:“圣者先机而作,智者见机而行,愚者失机而悔。”要想成为一位出色的营销高手,不应只是修炼的自身综合能力,而且要善于把握时机。善胜者不争,善阵者不战,善战者不败,善败者不乱。对于一位营销人员来说,计划准备得越充分,执行运作得越到位,结果就越完美。

- 为自己的职业而自豪 / 2
- 只要你留心,处处皆市场 / 4
- 魔力销售,情感导入 / 8
- 情商比智商更有分量 / 11
- 如何运用启发式销售 / 15
- 好口碑换来大订单 / 18
- 销售中二八定律的运用 / 20
- 做最精致的名片去“俘虏”客户 / 22

第二章

擦亮眼睛寻找客户

在销售人员的眼中,顾客就是上帝。世界上只有不完美的产品,没有挑剔的客户。每一位专业销售人员都希望拿到大订单。要想拿到订单,首先我们需要擦亮眼睛,寻找客户。那么,我们如何能够找到客户,把握住潜在客户呢?

- 潜在客户就在我们的身边 / 26
- 用多方外在媒介来撒网捕鱼 / 29
- 新销售员接近客户的方法 / 33
- 看穿客户的购买动机 / 36
- 用恰当的方式迷住你的顾客 / 39
- 抓住任何细小的线索 / 42
- 放眼长远方能钓到大鱼 / 44
- 留下悬念钓客户 / 47

第三章

人脉是机会的源泉

一说到人脉,很多人都狭隘地理解为“讲人情、走后门”。但实际上,这种看法是非常片面的。人们在追求事业成功和幸福生活的过程中,人脉起着非常重要的作用。如果说血脉是人的生理生命支持系统的话,那么人脉则是人的社会生命的支持系统。

- 打通人脉等于打通钱脉 / 52

- 带上“礼”貌更易办事 / 55
- 利用关系找“猎物” / 58
- 人脉并不等同于一切 / 61
- 借力给力,帮人实则帮己 / 63
- 向成功者靠拢,你的前途更加光明 / 66

第四章

综合能力值百万

在现代社会,销售人员的综合能力是企业营销工作成败的关键之一。综合素质高低与否,一方面是看其品德思想,另一方面是看其行为习惯。品德思想是内在的东西,一时难以评价和量化。行为习惯是外在表现,有目共睹的,直接关乎工作的成功或失败。任何事物都不是十全十美的,总是优点与缺点并存的。世间也本无完美的人。但在工作和生活中,你必须扬长避短。这样才有利于你的工作,有利于你的成长。

- 用过硬的专业知识武装自己 / 70
- 时刻充电学习,方能弥补不足 / 73
- 热情是最好的老师 / 76
- 第一印象的记忆魅力 / 78
- 拼好心态是关键 / 81
- 掌握幽默的语言风格 / 84
- 做销售需要愚公移山的精神 / 87
- 在逆境中求上进 / 90
- 别轻易作出承诺 / 92

第五章

产品展示要到位

作为一位出色的销售人员，你应当充分了解你的产品优势、产品特色、产品实力。向客户展示你的产品时，要做到完美无缺。那么，如何向你的客户展示你推销的产品呢？其实，这里面是很有学问的。

- 力争上游，提升产品知名度 / 96
- 产品创新需要潜入顾客大脑 / 99
- 充分了解你销售的产品 / 101
- 如何介绍更能使你的产品增值 / 105
- 相信自己产品的实力 / 108
- 让产品铭刻在客户的心中 / 111
- 一定要对你的价格充满自信 / 114
- 销售报价的窍门 / 117

第六章

认清你的合作伙伴

沃尔玛创始人山姆沃顿说：“没有顾客的忠诚度，就没有生存权。只有得到全球用户的忠诚度，才能换取全球的美誉；只有拥有全球的美誉，才能参与新经济时代的竞争，否则事倍功半。”认清你的合作伙伴，你就成功了一半。

- 知己知彼，百战不殆 / 122

- 探询客户的真正需求 / 125
- 了解客户的忠诚度 / 128
- 进攻客户的软肋 / 130
- 接待不同类型客户的技巧 / 134
- 如何再次访问拒绝过你的客户 / 138
- 针对客户各种借口的应对方法 / 140
- 解决客户的隐忧和担心 / 143
- 给客户腾出时间去思考 / 146

第七章

用心理战术牵着客户走

面对推销员推销的产品,有的客户很反感,认为你无非就是想要他们掏腰包,因此,总在找借口和理由把你赶走;有些客户虽然认同你的产品,但真正要他们掏钱买东西的时候,却犹豫不决,拿不定主意。对于这些情况,你应该怎么办呢?其实,最好的办法就是给客户作心理上的引导,让他们朝着自己的目标迈进。

- 从客户的兴奋点出发 / 150
- 引导客户在潜移默化中作决定 / 152
- 不要等待机会,学会创造机会 / 154
- 主动权掌握在你的手中 / 158
- 教你妙招,摆平客户 / 161
- 签单不能急于求成 / 165

第八章

交易砝码要均衡

如果你是为了赚钱而鼓励顾客多买商品，那你只是一个沿街叫卖的小贩；如果你是为了顾客的利益而宣传商品，那你已经是一位推销的行家。做销售，就要学会永远把顾客的利益放在第一位，在与客户的交易过程中，交易砝码要保持均衡，这样，你才能获取更多的利益。

换位思考，想顾客之所想 / 168

运用“暗盘优惠”策略 / 171

用发展的眼光为客户创造需求 / 173

针对不同的客户，要介绍产品不同的利益 / 175

客户利益至上，重于泰山 / 178

双赢的谈判才算成功 / 180

莫忽视小礼物的作用 / 184

第九章

自我激励，将销售进行到底

在销售的过程中，碰到困难挫折，不应操之过急，而应想方设法处理它。事缓则圆，欲速则不达。只有自我激励，将销售进行到底，你才是最后的赢家。

了解客户拒绝的真正意图 / 188

恐惧源于自己，不是客户 / 190

与客户常联系，情感就会升温 / 193

- 有目标才有动力 / 195
美言一句三冬暖,学会赞美客户 / 199
投资时间,做时间的主人 / 202
三分天注定,七分靠主动出击 / 205
坚持到底,你就是胜利者 / 207

第十章

销售人员切记要领

俗话说,没有规矩,不成方圆。销售是一个充满挑战的行业。在这个行业,你要懂得一些规矩,掌握一些为人处世的要领。记住,你推销的不仅仅是产品,更是一种利益关系。对待你的客户,要一视同仁……

- 推销是一个双赢的过程 / 212
担心“底气不足”的心理障碍 / 214
找到真正“当家做主”的客户 / 216
勿“倚仗”专业性术语 / 218
对客户要一视同仁,不能有势利心理 / 220
做销售要打破常规、独辟蹊径 / 223

第十一章

客户决定你的腰包

每名销售代表都应当认识到,只有目不转睛地注视着你的客户,销售才能成功,你的腰包才会慢慢地鼓起来。所以,你要在恰当的时间内,向合适的客户提出合适的解决方案。有一句推销格言就是:今天的订单就在眼

前,明天的订单远在天边。成交时,要说服客户现在就采取行动。拖延成交就可能失去成交机会。

让节日促销锦上添花 / 228

堵住流失的缺口 / 230

发现购买的眼光 / 233

为客户做主,该出手时就出手 / 236

见缝插针,促成订单 / 239

做好催账,莫让账款覆水难收 / 242

第十二章

赢在售后,再战舞台

一次胜利,你不应该太张扬,那可能是一次偶然的幸运,也可能是一时兴起。真正的胜利是坚持之后的胜利,坚持到底的微笑才是最灿烂的。记住,就算你拿下了订单,你也只是可以暂时缓口气而已,真正的赢家赢在最后。

成交不是销售的结局 / 246

客户回头率要把关 / 248

对客户负责到底 / 250

不放弃、不抛弃未成交客户 / 252

做好售后服务的基本要求 / 255

处理客户投诉的技巧 / 258

如何应对不同投诉类型的客户 / 260

结识新客户,不忘老客户 / 262

滚滚雪球,建立客户网 / 265

学会在创新中求万变 / 269

第一章



赢在起点,学会用脑

古人云：“圣者先机而作，智者见机而行，愚者失机而悔。”要想成为一位出色的营销高手，不应只是修炼自身的综合能力，而且要善于把握时机。善胜者不争，善阵者不战，善战者不败，善败者不乱。对于一位营销人员来说，计划准备得越充分，执行运作得越到位，结果就越完美。

为自己的职业而自豪

记得有位哲人曾经说过：“生命是没有意义的，除非有工作；所有的工作都是辛苦的，除非有知识；所有的知识是空虚的，除非有热望；所有的热望都是盲目的，除非有爱。”有爱的工作才是生命的具体化，那么，让我们怀着一份积极的热情去工作吧！让我们以百分之二百的行动去热爱自己的职业。

曾经，在无数个地方，看到过这样一幅幅画面：在某个银行大厅，大堂经理端庄秀丽，温婉可人，在引导客户办理完业务后，如沐春风的客户向他（她）索要电话号码，他（她）莞尔一笑：“只要您有需求拨打我们的服务热线，我保证我的同事们会向您提供同样优质的服务。”

在某个银行自助服务端，深夜值班的保安不厌其烦地指导客户打印对账单，协助客户提取完现金后，带着客户到门外，指着马路方向，告诉客户哪个路段可以最快打到的士。

笔者还看到过这样一幅画面：某家银行营业部的工作人员正向农民工朋友详细地讲解密码汇款与普通汇款的区别。因为客户不会说普通话也不识字，他又找来与客户同是江苏籍的员工向他提示收款方的注意事项。

生活中的这些小事一桩桩地展现在我们的面前。我们应该热爱自己的职业，因自己的职业而自豪。美国亿万富翁约翰·洛克菲勒说过这样一段话：“工作是一个施展自己才能的舞台。我们寒窗苦读来的知识，我们的应变力、我们的决断力、我们的适应力、我们的协调能力都将在这样的舞台上得到展示。除了工作，没有哪项活动能提供如此高度的充实自我、表达自我的

机会,以及如此强的个人使命感和一种活着的理由。工作的质量往往决定了生活的质量。”他的这段话使我们明白了工作的意义所在。

你对推销这一行业的真正感受究竟是什么?许多推销员在这一行业之中找到了自我满足和挑战的感觉。当他们完全懂得推销的意义时,他们就不会再对这一行业存在销售的看法,并且会渐渐地对这个行业产生一种发自内心的喜爱。

当代美国伟大的推销员乔·吉拉德说:“每一个推销员都应以自己的职业为骄傲,因为推销员推动了整个世界。如果我们不把货物从货架上和仓库里面推销出去,整个社会体系的钟摆就要停摆了。”

只要一提到工业化革命,我们就必然联想到新机器、自动化设备和产品。但是如果推销员不把顾客的订货单拿到,那么这一切都不会发生。而且如果这种产品和推销产品的人不能为购买者带来利益,那么销售也是无法继续下去的,所以推销远不仅仅是销售。

不论是过去还是现在,推销都是我们经济繁荣和增长的推动力。身为一名推销员,应该以推销业为荣,因为它是一份值得别人尊敬和会使人有成就感的职业。如果有任何方法能使失业率减低到最低,推销即是这之中最必要的条件。有一则研究显示,一位普通的推销员即可为30名制造业员工提供工作机会。

可以说,推销是一项理想的工作和事业。你要相信,推销有利于社会、有利于企业、有利于自己。推销是推销员走向老板的捷径之一。当你树立起这样的观念的时候,你就不至于卑躬屈膝,而是充满自信地去迎接客户。

成功的销售人员所以成功,是因为他们把销售当做一种事业来经营。有的销售人员只是把销售当做买卖双方的一个简单过程,那么就一定不会下苦功去学习各种知识、各种技巧,那么又怎么能抓住机遇,成全自己呢?那些把销售当做事业去奋斗的销售人员,会在一开始就给自己定下一个宏伟的目标,为了达到这个目标,他们会付出异于常人的艰辛工作,通过坚持不懈的努力,最终取得成功。

若销售人员能够把销售当做一项值得奋斗终生的事业,那么他的心态就与别人不同,他销售成功的概率也会比常人大得多。这是因为他已经

将销售行业视为自己的生命。要想主宰自己的生命,必须学会分析自己的现状,为自己作一个职业规划,给自己制定一个有挑战性的战略目标,这样,他就能自觉地去学习、去努力。这种精神是每一个销售人员取之不尽、用之不竭的精神力量,并最终会将他推向销售行业的顶峰。

营销法则

营销大师乔·吉拉德的经验告诉我们,要为自己的职业而自豪。作为一位销售员,应把销售当成一项宏伟的事业去做,坚持到底,你就是胜利者。你在销售领域待得时间越长,回报也就相应越多。

只要你留心,处处皆市场

当下,有很多经营者慨叹市场难觅。其实不是这样的,只要善于发现,处处都会有新市场。

根据报道,广东有家专门生产橘子罐头的工厂,在过去生产罐头时只取橘肉,而将橘子皮视为废物扔掉。有一天,这家罐头厂厂长逛集贸市场时偶然发现,鱼头比鱼身贵,鸡翅比鸡肉贵,而且销路很好,颇受启发。厂长想了想:本厂长期扔掉的橘子皮为何不能充分利用,变废为宝呢?回去后,厂长很快收集了充足的资料,请教专家,了解到橘子皮中含有丰富的抗氧化维生素E,其挥发油有促进肠胃蠕动和排痰的功能;橘皮橘络含有