

◆ 卖是一种智慧 卖是一种艺术 ◆



这样卖

一定有人

卖，确实需要智慧。卖的因素有很多：需要良好的产品质量，需要娴熟的销售技巧，需要高超的服务水平，需要敏锐的市场嗅觉，还需要懂得客户的心理，能说会道的口才……

买

ZheYangMai
YiDingYouRenMai

马银春◎编著

在商场这个大舞台上，利润一定都是通过“**卖**”实现。

画家卖的是美感，作家卖的是文字，演员卖的是演技，企业卖的是产品，而相关的服务业卖的就是服务本身……各行各业何时不销售？商业社会何处不销售？

中国商业出版社

这样卖 一定有人买

ZheYangMai
YiDingYouRenMai

马银春◎编著

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

这样卖一定有人买/马银春编著. —北京: 中国商业出版社, 2012. 1

ISBN 978-7-5044-7532-9

I. ①这… II. ①马… III. ①销售—通俗读物
IV. ①F713.3—49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 260105 号

责任编辑: 郭 强

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c-book.com

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店总店北京发行所经销

北京精气神印刷厂

* * * * *

710×1000 毫米 16 开 18 印张 258 千字

2012 年 2 月第 1 版 2012 年 2 月第 1 次印刷

定价: 33.00 元

* * * * *

(如有印装质量问题可更换)



前言 卖的就是智慧

在商界这个大舞台上，商业的利润都是在“卖”中获得。画家卖的是美感，作家卖的是文字与思想，演员卖的是演技，企业卖的是产品……商业社会何处不销售！

卖是一种智慧，卖是一种艺术，会卖的人才能引来买主，让我们看看这位卖菜的妇女是如何卖辣椒的？

这一天，卖辣椒妇女的三轮车旁，来了一个买主，问的果然是那句老话：“辣椒辣吗？”卖辣椒的妇女很肯定地告诉他：“颜色深的辣，颜色浅的不辣！”买主信以为真，挑好辣椒付过钱，满意地走了。也不知今天是怎么回事，大部分人都是买不辣的，不一会儿，颜色浅的辣椒就所剩无几了。

过一会儿，又有个买主来了，问的还是那句话：“辣椒辣吗？”卖辣椒的妇女看了一下自己的辣椒，信口答道：“长的辣，短的不辣！”果然，买主就按照她的分类标准开始挑起来。这轮结果是，长辣椒很快告罄。

看着剩下的都是深颜色的短辣椒，没想到，当又一个买主问“辣椒辣吗”的时候，卖辣椒的妇女信心十足地回答：“硬皮的辣，软皮的不辣！”被太阳晒了半天，确实有很多辣椒因失水变得软绵绵了。

就这样，在她智慧的应变中，这位妇女把辣椒全都卖光了。

卖辣椒的人，恐怕都会经常碰到这样一个众所周知又非常经典的问题，那就是不断会有买主问：“你这辣椒辣吗？”不好回答。答辣吧，也许买辣椒的人是个怕辣的，立马走人；答不辣吧，也许买辣椒的人是个喜欢



吃辣的人，生意还是不成。我们不能不佩服这位卖辣椒的妇女的智慧，也正是她会卖，她的辣椒不管辣不辣总能卖出去。

由此可见，卖确实需要智慧。卖的因素有好多：需要良好的产品品质，需要懂得顾客的心理，需要热情地招徕客户，需要广告来造势，需要好的心态，需要良好的形象，需要能说会道的口才，需要销售的技巧，需要良好的服务。

.....

无论是小企业还是大公司，无论是零售业还是服务业，无论是小商还是小贩，无不是在“卖”中求生存，在“卖”中求效益，在“卖”中求发展。在产品的同质化发展的今天，卖更是一门学问。君不见一模一样的产品，为什么别人总卖的比自己好？为什么你的产品质量顶呱呱却无人问津？为什么三番五次地打广告销量却总是上不去？为什么任凭你磨破嘴皮也不能卖出去？为什么服务服务再服务也不能提升业绩？

.....

想找到答案吗？那么请你打开此书吧！此书为你揭秘卖的真经，指点卖的迷津，荟萃卖的智慧，聚集卖的学问。这是为每一位销售员、每一位卖场的营业员、每一位商业经理人、每一位个体老板量身打造的书，闲暇之余，请读一读《这样卖一定有人买》这本书，相信在品读中能够给你开拓卖的思路，为你找寻卖的灵感，让你收获卖的学问。



目录

第一章 卖产品不如“卖自己”

世界第一的汽车推销员、金氏世界纪录保持者乔·吉拉德说：“其实我真正卖的世界第一的产品不是汽车，而是我自己——乔·吉拉德。以前如此，未来也是如此。”注重自身形象的销售者，带给顾客的是赏心悦目的感受，顾客即使不买，也不会对你反感。由此可知，让顾客先喜欢上你，那么你的东西也就好销了。

1. 你的形象价值千万 /3
2. 服装礼仪可以使销售员稳重潇洒 /5
3. 卖产品，礼仪形象很重要 /9
4. 接递名片有礼仪 /12
5. 成交了，要保持自然的神情 /14
6. 指责客户是销售中的大忌 /15
7. 与顾客争辩，你会卖不出你的产品 /19
8. 守时才有信用，有信用才能有销售 /22
9. 言谈举止要注意礼节 /23
10. 站有站相坐有坐相走有走相 /25



第二章 好产品就是营销力

不管你造什么产品，一定要追求品质。要知道商业之间的竞争，归根到底是在争抢顾客，但争抢顾客的最好的手段是做好自己的产品，要知道：好产品就是营销力。

1. 好产品自己会说话 /29
2. 开发特色产品，特色就是购买力 /32
3. 拳头产品才能打得响叫得响 /36
4. 奇货——越“怪”越好卖 /38
5. 打造品牌，品牌就是卖点 /40
6. 提高产品的科技含量 /44
7. 与时俱进的产品不落后 /47
8. 开发产品有原则 /49
9. 价格越低，离顾客越近 /51

第三章 卖的好，还需口才好

产品要想卖的好，不仅仅是产品好，还需营销人员口才好。营销员如何才能说得顾客口服心服，关键在于两个字：口才。

1. 生意是说成的，卖从“嘴”开始 /57
2. 花言巧语，促进营销 /60
3. 说服对方，关键在于说话 /63
4. 听是销售的礼节 /65
5. 老老实实地说，最动人心 /67
6. 寻找客户感兴趣的话题 /69
7. 好的开场白，能吸引顾客 /72
8. 恭维话说到心坎上，不愁卖 /75
9. 美言美语，引起客户好感 /78

10. 实话不实说，讨顾客欢心 /80
11. 讲解也要注意细节 /82
12. 好的声音，易吸引顾客 /85

第四章 赢在心态——卖需要一个好心态

美国著名心理学家曼菲认为，如果在潜意识中不断灌输积极的想法，成功的机会将会大幅度提高。相反，如果是灌输消极的想法，则成功将会与你擦肩而过。做销售每天面对着客户，每天面对着拒绝，因此一定要有个好的心态，要有信心、要有耐心、要有恒心……销售人员要修炼心态，要不断地调整心态，才能在销售中取胜。

1. 修炼心态——好心态，好业绩 /89
2. 自信力就是推销力 /90
3. 爱心最动客户心 /93
4. 坚持才能撼动人心 /94
5. 热情——让你的销售业绩飙升 /96
6. 不要怕客户说“不” /99
7. 沉着冷静，机智灵活 /101
8. 开发新客户需勤奋 /103

第五章 心理操纵术——读懂顾客心理，打开销售之门

只有最大限度地满足顾客的消费心理，产品才有竞争力，谁能够掌控客户的内心，谁就能成为销售的最终赢家！

1. 消费心理是商品开发的惟一指南 /107
2. 心理定价，赢得顾客的心 /109
3. 好奇心理——激发顾客的注意力 /112
4. 从众心理——他有我也要 /114



5. 暗示——操纵人心的经营谋略 /115
6. 赢得顾客，要懂些心理学 /118
7. 读懂客户心理，就读懂了生意 /120
8. 揣摩心理，把话说到心窝里 /124
9. 赞美心理，不妨夸夸他 /126
10. 读懂女性的消费心理 /128
11. 了解男性的消费心理 /131

第六章 市场决定下场，一切都要围着市场“卖”

在商场中，市场经济的变化之快，产品是否适销对路，主要看它能否满足顾客的消费需求，能否适应市场需求。可以说，市场决定着卖的命脉，占领了市场就等于有了卖的地盘。

1. 选好领域，轻松卖 /137
2. 市场空隙，就是卖的空档 /139
3. 错位经营，最好卖 /141
4. 产品入市，先要“定位” /144
5. 卖，要寻找市场冷门 /147
6. 卖产品，情报信息少不了 /148
7. 卖产品，也要细分市场 /150
8. 卖，不能演独角戏 /152
9. 有创意的产品，市场无限 /154

第七章 先造声势，再卖产品

消费者在决定购买某一商品时，会受到一种潜意识的影响。商品信息刺激的次数越多、越强烈，潜意识中对商品的烙印也就越深刻，对商品的购买和消费就成为一种无意识行为。事实上，人们总是习惯于消费自己熟悉的商品。所以，

对商家来讲，反复地宣传，在顾客心中造成强烈的印象，就是至关重要的问题。

1. 产品质量好，还要宣传好 /161
2. 这样宣传：低廉而有效 /163
3. 展销会——让大家都知道你 /165
4. 顾客的口碑就是活广告 /168
5. 巧借机，扬其名 /170
6. 市场策划好，销路一路飙升 /172
7. 巧妙宣传，搜猎消费者 /174
8. 出奇制胜，调动购买欲望 /177

第八章 这样销售最给力——不可不知的推销法

这里荟萃了销售行家的销售心得，灵活借鉴他们的方法，是快速而有效提升业绩的捷径。

1. 建立自己的销售体系 /183
2. 礼物销售法 /185
3. 逆向思维销售法 /188
4. 价廉物美销售法 /189
5. 独特卖点销售法 /191
6. 耐心倾听法 /193
7. 挖掘需求法 /195
8. 出奇制胜法 /197
9. 好奇心销售法 /201
10. 小故事推销法 /204
11. 微笑推销法 /206
12. 情感销售法 /208
13. 互利互惠法 /210



14. 饭局销售法 /212

第九章 没有客户，没有营销

没有客户就没有营销，没有营销就没有利润。客户就是你的企业、你的公司、你的衣食父母。一个企业只有拥有了客户，才能生存，才能发展。

1. 没有客户就没有销售 /217
2. 利用关系网做销售 /220
3. 从日常生活里找客户 /222
4. 建立客户网络，“网”住客户 /224
5. 三步助你轻松搞定客户 /226
6. 如何永远赢得客户 /228
7. 不同的客户，不同的策略 /230
8. 找客户有路径 /235
9. 准客户的三个条件 /238
10. 网络圈子与营销 /241
11. 满足客户的需求 /244
12. 善行天下，博取消费者的好感 /245

第十章 用心服务，由“不买”变成“买”

服务越好，越到位，你服务过的客户越能成为你的永久客户，服务好了，他们还不断地给你宣传，等于你做了一次不花钱的广告；服务好了，他们还给你带来更多的客户，等于你招了一批不需要报酬的业务员。这样还愁产品卖不出去？这样还愁商业没有效益？

1. 服务越到位，客户越永久 /251
2. 让客户享受“上帝”的待遇 /253

3. 不一样的服务，不一样的业绩 /255
4. 方便快捷，赢得时间 /257
5. 顺应客户就是最好的服务 /259
6. 提供保证，作出承诺 /261
7. 顾客的抱怨你要懂 /262
8. 赢在细节，服务越细越好 /264
9. 微笑——招徕顾客最廉价的手段 /267
10. 从优质服务开始 /269
11. 为顾客节省钱，也就赚进了钱 /271
12. 把顾客的事当成自己的事 /272
13. 耐心服务：情动+心动=行动 /274

Chapter1

第一章 卖产品不如“卖自己”

世界第一的汽车推销员、金氏世界纪录保持者乔·吉拉德说：“其实我真正卖的世界第一的产品不是汽车，而是我自己——乔·吉拉德。以前如此，未来也是如此。”注重自身形象的销售者，带给顾客的是赏心悦目的感受，顾客即使不买，也不会对你反感。由此可知，让顾客先喜欢上你，那么你的东西也就好销了。



1. 你的形象价值千万

销售领域里一个最大的迷惑就是许多业务人员以为他们卖的是产品。其实，真正的推销不是推销产品，而是自己。同样，顾客买的也不是你的产品，而是你的服务精神和态度。你是世界上独一无二的产品。顾客喜欢你的为人、你的个性、你的风格，他才会购买你的产品。顾客买的是一种感觉，而这种感觉是你带给顾客的。

一个颠峰的销售人员 24 小时都在做销售，不是销售商品而是在销售自己，销售自己就是为了未来销售商品做准备，先创建好自己无可替换的优秀形象以及人与人之间的信赖感，这也是为什么有些销售人员可以在很短的时间就完成销售，有些人花了十倍以上的时间却达不到想要的效果的原因，我们所看到的常常只是他人成功销售那一段短的时间，却没有看到他为了成功销售所作的努力准备。

推销成功与否，往往决定于开始的 30 秒钟，顾客通常都会对销售人员的穿着打扮、言行举止流露出来的讯息特别敏感。他们会在与你见面的 4 秒钟内打下印象分数，这个印象分数是你推销成功的关键因素。顾客对你的感觉是好是坏直接影响着你的成绩。所以，在与顾客初次见面时，就要给顾客一个干练、专业、诚实、值得信赖的印象。

在销售中，个人形象是一个极为重要的元素。企业的形象包括企业文化和个人形象，企业文化正是通过我们这些销售代表传递给客户的。对于销售人员来说，要有效地推销自己，进而成功地销售产品，就必须提升个人形象。

销售员的工作是一项具有挑战性和开创性的工作。良好的个人形象当然能够促成订单的签订，但是，仅靠好的外部条件也难以胜任，况且，外部条件的不足可以通过销售员自身的学习、实践和修养来弥补。如一个脸上长有粉刺的营销小姐，在她向顾客推销化妆品时，有的顾客看到她脸上



的粉刺，因而对其产品的功效产生了怀疑。这位小姐也看出了顾客的疑虑，便镇定自若地说：“这种化妆品对粉刺也有很好的效果，我以前满脸都是，自从用了一盒之后，现在已经少多了……”正是由于这位营销小姐的真诚与坦率才巧妙地化被动为主动，变不利为有利，现身说法，赢得了顾客的信任，从而增加了销售额。所以，一个成功的销售员不仅要有良好的外部条件，而且要有良好的知识修养和业务能力。因为销售在某种意义上就是推销自己，就是要在众目睽睽的舞台上发挥自如，博得每一个人的好感。然而谁也不能确切地告诉你讨人喜欢是怎么回事，不过那些讨人喜欢者所具有的某些品质是可以解释清楚的，即乐观豁达、充满自信、潇洒的风度、幽默的谈吐、谙熟交际、以诚待人等等。

要想树立自己良好的形象，至少应注意以下几点：

(1) 得体的衣着。服装要适合自己的身材，整洁、大方。了解自身体型的特点，有利于穿出得体的服装，着装时应扬长避短，展现自己的最佳外形。简单的服装款式比较容易搭配，也会显得落落大方。最好避免过于新潮、夸张而又不适合自己的款式。总之，干净整洁、搭配和谐、适合自己并与销售对象、场合和谐的着装，才会给客户留下美好的第一印象，也令自己感觉舒适、信心十足，无形中提高了你的成功率。

(2) 具有良好的语言习惯。语言是销售员与消费者之间进行交流的媒介，对营销的成功与否起着重要的作用。所以，销售员要充分运用语言艺术去说服顾客，在声音的大小、语速的快慢、言语语气的表达上进行深入地研究，养成良好的语言习惯。在国外，许多销售员曾反复对着镜子练习，访问顾客时的语言及表情，这正说明了养成良好的语言习惯的重要性。

(3) 必须富有幽默感。幽默的谈吐是缓和营销气氛、打破僵局、摆脱困境、引起顾客好感的重要方法。幽默能使销售员增添超凡脱俗的魅力。所以，一个合格的销售员应该具有幽默感。一切浅薄、粗俗的谈话都将损害销售员的形象。

由于人们本能的防卫心理，加上社会上对销售员的工作还存在许多误解和偏见，因此，使销售员在一些人的眼中成为“不受欢迎的人”。不少

销售员好不容易与访问对象见了面，但还没有谈到实质问题就被顾客拒绝了。所以，成功的营销不仅要求销售员有深厚的知识功底，而且要有良好的外部形象。因为销售员在客户面前首先要推销自己，良好的外部形象是留给顾客良好印象的主要方面。

卖自己也就是一种魅力推销，所谓的魅力推销就是内外一致性。你的言行举止、穿着打扮与你的心灵境界、内心涵养是要一致的，相协调的。

那么如何做到魅力推销呢？

(1) 要具有强烈的进取心，对成功有强烈的愿望。

(2) 要比其他人更具有勇气，愿意面对别人的拒绝，迎接挑战。

(3) 要有必胜的决心，热爱自己的工作，对公司有强烈的信心，热爱公司的顾客。

(4) 把自己当作专业人士，当作顾问。顾问的工作是在帮助顾客解决问题。同时，自己的穿着也要有顾问的样子。

(5) 对自己有充分的信心。

(6) 有着空杯的心态，谦虚的胸怀。要不断地学习，不断地进步。

(7) 善于思考，有着强烈的自我责任感，从来不责备人，不抱怨人，不找借口，对顾客非常的尊重。

卖的智慧



先推销自己再推销产品。



2. 服装礼仪可以使销售员稳重潇洒

外在形象关系到别人对我们的第一印象，尤其是客户，在开口说话之前，你的形象就已被放进他的意识中了。一个人的内在价值、个性行为等