

世界500强

优秀销售 员工标准

SECRETS OF A GOOD SALES IN WORLD'S 500 COMPANIES

成功天骐◎著

与世界顶级销售员对话，教你成为世界级销售员！
业绩迅猛爆发1000倍！世界500强销售员工的白皮书，
教你掌握与成功者同行的销售精英理念，
教你掌握成为资深销售的十大标准。

★★★★★
世界500强
TURNOVER
FOR SURGERY



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



世界500强 优秀销售 员工标准

SECRETS OF A GOOD SALES IN WORLD S 500 COMPANIES

成功天骐◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

世界 500 强优秀销售员工标准/成功天骥著

北京: 中国经济出版社, 2012. 11

(疯狂销售夺冠秘籍)

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0655 - 4

I. ①世… II. ①成… III. ①销售 - 方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 035616 号

策划编辑 金 珠

责任编辑 金 珠

责任审读 张 薇

责任印制 张江虹

封面设计 久品轩

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京市昌平区新兴胶印厂

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 15

字 数 220 千字

版 次 2012 年 11 月第 1 版

印 次 2012 年 11 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0655 - 4/F · 9241

定 价 39.80 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

学习世界 500 强，引爆业绩 500 倍！

一流的企业离不开一流的销售员。世界 500 强企业之所以取得让人叹为观止的销售收入，就在于其拥有了世界上最出色的销售员，正是那些销售人员为他们的企业实现了海量的收入。

每个销售人员要在现代职场中脱颖而出，让自己成为一个公司必不可少的人，就要以良好的职业道德和上进的工作精神去开拓自己的人生天地。成功也只属于这样的人。

我们在研究世界 500 强企业及销售人员的用人之道后，归纳总结出世界 500 强优秀销售员工的十大标准。这些标准，一直是世界 500 强企业销售员工遵循的行为准则和行动指南。许多企业甚至将这些准则作为员工职业精神培训标准，并奉为圭臬。

这些标准是：

标准一 心理调节专家——做销售心理素质必须过硬

标准二 形象大使——你的形象价值百万，时刻对客人微笑

标准三 夺单苍狼——善于表现，释放狼性，快速抢占市场

标准四 精通“读心术”——深入客户内心做推销

标准五 业内专家——产品第一，所需熟悉的不只是产品

标准六 语言大师——销售是说服的艺术，全力让顾客感动

标准七 策略智者——成交背后是智慧的博弈，细节征服顾客

标准八 金牌客服专员——进行“服务式销售”

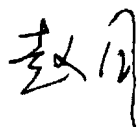
标准九 讨债专员——会销售，还要能回款

标准十 人脉达人——抓住了人脉，就摸住了财脉

失败的教训各不相同，成功的经验则大抵相似。世界 500 强在企业界的号召力和影响力不容置疑，世界 500 强的用人理念，对其他企业而言，会被当成经典教材来揣摩和学习。世界 500 强的优秀销售员工，也成为其他企业互相争夺的“香饽饽”。

《世界 500 强优秀销售员工标准》，给我们提供了努力的目标和成功的方向。任何在职场中打拼的人，只要自觉地去领悟、体会、遵循，并按照这些标准来要求自己，就能成为老板心目中的优秀销售员工，就能在现代职场中立于不败之地！

最后，我们要感谢对本书的出版提供了很大帮助的于富荣、金珠老师，以及对本书的写作和完善付出了努力的张秀梅、刘红梅、于凤莲、王勇强、曹烈英、于国锋、鹿萌、刘子嫣、韩珊珊、南美玉、安雷、刘蕊、白娟娟、赵震雯、高丽云、于富强、王春霞，另外田鹏真、潘建亦为本书的顺利出版作出卓越贡献。



2012 年 8 月于北京

CONTENTS 目录

标准一 心理调节专家——做销售心理素质必须过硬

- 001 >> 宝马集团：销售员要有过硬的心理素质
- 003 >> 微软：“我就是标准”，这是一种发自内心的自信
- 006 >> 美国麻省人寿保险公司：乐观，销售路途的强心剂
- 009 >> 三星：坚持，没有人能随随便便成功
- 012 >> 日本钢铁工程控股公司：信念，不达目的誓不罢休
- 015 >> 中国人寿保险集团：控制情绪，情绪化是成功销售的大敌
- 018 >> 日本生命保险公司：抗挫性，一帆风顺哪来快速成长
- 021 >> 福特汽车公司：视“被拒绝”为一种享受

标准二 形象大使——你的形象价值百万，时刻对客人微笑

- 025 >> 飞利浦：销售，赢在第一印象
- 028 >> 安联保险集团：你对客人微笑了吗？
- 031 >> 惠普：着装，无声的个人推销利器
- 034 >> 松下：仪表，行为举止里面有乾坤
- 037 >> 宝洁：礼仪，有“礼”行销天下，无“礼”寸步难行
- 040 >> 法国国家人寿保险公司：气质，让人愉悦，促成销售
- 042 >> 丰田汽车：魅力，成功销售的秘密武器

045 >> 美国家庭人寿保险：让销售赢在谈吐

标准三 夺单苍狼——善于表现，释放狼性，快速抢占市场

049 >> 大众汽车：善于表现自己的狼性

051 >> 希尔顿：抓住细节，打动客户

053 >> 日本明治安田生命保险：审视自我，正确认识自己

056 >> 大都会人寿保险：善于表现，默默无闻是做不好销售的

058 >> 意大利忠利集团：个性化，推销自己更容易

061 >> 通用汽车公司：名片，展示自己的良好开端

064 >> 安泰保险：打铁还需自身硬，用专业知识装备自己

067 >> 可口可乐：主动出击的艺术

标准四 精通“读心术”——深入客户内心做推销

069 >> 雀巢：会赞美，四两拨千斤

072 >> 雪佛兰：让客户感动，不是一句口号

074 >> 平安保险：一流的销售员，精通“读心术”

077 >> 联合利华：知己知彼，方能百战不殆

080 >> 欧尚：捕捉客户的消费心理，是实现销售的前提

083 >> 家乐福：拉近双方心理距离，消除客户戒备心

086 >> 百事：瓦解客户的抵触心理，方能成功实现销售

089 >> 现代汽车：察言观色，善于捕捉不同客户的微妙心理

093 >> 安盛：同理心，多站在对方的立场上考虑问题

标准五 业内专家——产品第一，所熟悉的不只是产品

- 097 >> 沃尔沃汽车公司：用专业精神开发市场
- 099 >> 慕尼黑再保险公司：专业化销售要不断创新
- 103 >> 联想集团：每个销售员都应该是一名“产品经理”
- 105 >> 达能集团：不断学习，提升身价
- 108 >> 雅芳：对产品有一种近乎狂热的喜爱
- 110 >> 和记黄埔：吹嘘产品要不得，拿起石头砸自己的脚
- 113 >> 住友生命保险：将客户分类，专业销售必做功课
- 115 >> 佳能：专业术语，迅速拉近双方距离

标准六 语言大师——销售是说服的艺术，全力让顾客感动

- 119 >> 百慕大：销售是说服的艺术
- 122 >> 沃尔玛：销售员应是谈判专家
- 125 >> 纽约人寿：沟通，能说会道的语言大师
- 127 >> 花旗：好的开场是成功的一半
- 130 >> 本田汽车：从倾听中辨别客户的话外音
- 132 >> 戴尔：多提问方能挖掘客户的真实意愿
- 134 >> 三菱：说服，依靠理性和情感的力量
- 137 >> 诺基亚：把握说话时插话的分寸
- 140 >> 国泰人寿：不卑不亢，重现转机
- 142 >> 利宝保险：销售也要幽一下默

标准七 策略智者——成交背后是智慧的博弈，细节征服顾客

- 147 >> 夏普：擒“贼”先擒王
- 149 >> 欧莱雅：让谋略和销售并驾齐驱
- 153 >> LG：先做朋友，后做生意

- 156 >> 泰森食品：求教推销法
- 158 >> 中国一汽：让客户先尝尝甜头
- 160 >> 英国标准人寿：循循善诱， 激发客户的购买欲望
- 164 >> 标致：注重销售每一个环节， 细节决定成败
- 167 >> 中国人民保险：借力生力， 善于借助第三者
- 169 >> 华润：声东击西， 巧妙分散客户的注意力

标准八 金牌客服专员——进行“服务式销售”

- 173 >> 东芝：服务， 比品质更重要
- 175 >> 奔驰：最快速度为客户提供售后服务
- 178 >> 东风汽车：成交并不意味着销售的结束
- 180 >> 麦德龙：巧妙应对难缠客户
- 182 >> 索尼：乐观对待客户投诉
- 185 >> 华为：给客户意外惊喜
- 187 >> 特易购：让客户满意而归

标准九 讨债专员——会销售， 还要能回款

- 191 >> 怡和集团：识破客户的谎言
- 193 >> 中国化工集团：帮助客户， 回款不再老大难
- 195 >> 中国建筑材料集团：以情动人， 让客户主动回款
- 197 >> 中国铝业：因人而异， 不同的客户要采取不同的讨债技巧
- 200 >> 中国电子信息产业集团：攻心为上， 打动对方最脆弱的那根心弦
- 202 >> 中钢集团：死缠烂打， 做好打持久战的准备
- 205 >> 江苏沙钢集团：背水一战， 通过法律手段去裁决

标准十 人脉达人——抓住了人脉，就摸住了财脉

- 209 >> 百思买：守住老客户
- 211 >> 铃木汽车：广建“广播站”，订单不请自来
- 214 >> 西门子：客户维护，工夫在平时
- 216 >> 马自达：诚信，人脉扩展的秘密武器
- 219 >> 宏碁：开放你的人生，广交朋友
- 222 >> 强生：重视身边每一个人
- 224 >> 太平洋保险：熟悉“敌情”，轻松拿下订单
- 227 >> 通用电气：守时，才能守住客户

标准一 心理调节专家

——做销售心理素质必须过硬

宝马集团：销售员要有过硬的心理素质

★世界500强标准解读

宝马集团，简称为 BMW，全称为巴伐利亚机械制造厂股份公司，总部位于慕尼黑，是德国一家世界知名的高档汽车和摩托车制造商。宝马集团的今天以高档品牌高效增长前，当它是全世界最成功和效益最好的汽车及摩托车生产商。2008 年，BMW 集团销售大约 140 万辆汽车，实现 40% 的增长。同年，集团的年销售额将突破 500 亿欧元。

我们都相信，宝马的业绩不仅是制造部门做出来的，这么强硬的实力与其销售队伍的建设是脱不了关系的。宝马的销售员虽有不同的经历、不同的个性，但有一样是相同的，那就是过硬的心理素质。无论脚下是坎坷还是平坦，他们的心态永远都是朝阳的，因此无论何时，带给客户的也永远是鼓励和积极。

一提及“销售员”，很多人想到的肯定是如无底深渊般的压力，因为每天都会遭到拒绝，甚至可能会一无所获。基于这一点，宝马集团要求销售团队首

先就要训练好过硬的心理素质，不管是拒绝还是蔑视，宝马人都能平淡待之。这或许也是宝马成功的秘诀之一。

★ 世界500强标准实战

里奇是宝马销售团队中典型的代表。应该说推销员最难堪的事就是遭到客户的拒绝，听到“用不着”、“不买”之类的话，然后自己不得不说“如有需要请联系我”。在这种情况下，里奇认为转身背对客户的一瞬间是“最无情的”，他自我意识很强，总是想象着客户那时的心情。

一天里奇去一座写字楼的办公室拜访客户推销汽车，房间里只有看起来像是行政主管的女士和一位男士，如往常一样，被拜访人说：“现在负责人不在，什么也不知道。”里奇就这样被拒绝了。但是里奇丝毫不难过，心情依旧很愉悦。拜访了几次之后，那位女士开始与里奇交谈起来。从和她的交谈中，里奇明白了，推销员的背影、离去之时的关门方式和远离门时的步行方式都被客户密切关注着。

那位女士对里奇说，他返回的时候依然是神清气爽的，即便遭到了拒绝也没有一点失落的表情。于是，里奇这种良好的心理素质以及表里如一的待客方式，得到了这位女士的赞许，其实这位女士就是负责人。后来里奇成功地和这位女士签了一单，这位女士还为里奇介绍了朋友来买车。

若不是里奇过硬的心理素质，估计他装也装不出那么好的状态，哪里还会连续几次都遭到拒绝后，仍然神清气爽。销售员在工作的每一分钟要展现出积极的精神状态，这样才能无形中吸引你的客户，感染他，从而得到他的欣赏，让订单无处不在。

★ 世界500强标准对照

心理素质强的销售员：

1. 生活的目标切合实际。
2. 充分地了解和认识自己，并对自己的能力做出适度的评价。

3. 不脱离现实环境。
4. 具有充分的适应力。
5. 善于从生活、经验中学习。
6. 能很好地控制自己的情绪和发泄情绪。
7. 能保持人格的完整与和谐。

心理素质差的销售员：

1. 不能充分认识自己、了解自己。
2. 对生活太完美主义，经不住现实的打击。
3. 适应能力差。
4. 人格过于极端。
5. 不善于社交，不能很好地和朋友分享喜怒哀乐。
6. 在生活中过于情绪化。
7. 充满幻想，脱离实际。
8. 生活态度消极，没有激情。

微软：“我就是标准”，这是一种发自内心的自信

★ 世界500强标准解读

美国作家爱默生说过：“自信是成功的第一秘诀。”这句话放在销售上同样适用，在销售过程中，自信堪称左右沟通效果的第一特质。

微软，目前是全球最大的电脑软件提供商。微软公司现有雇员6.4万人，2005年营业额368亿美元。其主要产品为Windows操作系统、Internet Explorer网页浏览器及Microsoft Office办公软件套件。它创造的奇迹是让自己成为了一种标准，然后让所有人都必须接受它的标准。自从它推出自己的操作系统之后，所有电脑行业的关联

厂商在研发生产自己的产品时首先要考虑的就是自己的产品是否和微软的操作系统相兼容，这就是标准的力量。

这种优势让微软能迅速地在同行中树立自己的绝对优势，它也给微软带来了丰厚的收入和利润，让它树立了牢不可破的行业地位。

每一名微软销售人员在入职时都会接受这种“我就是标准”理念的灌输，也因此，微软的销售人员才显得更有底气，更有自信。

微软在培训销售人员上可谓用心良苦，他们深知自信对做销售工作的重要。不错，作为销售人员，在与客户接触时，销售员的精神状态常常会影响客户对你的看法，如果没有十二分的自信，客户就难以对你的产品产生信任，同时客户就难以对你产生安全感，更不用说信任你了。

销售员在客户面前，无论在何种情况下，都要把自信传递给客户，这样赢得客户对你的尊重和重视，才能取得长期的合作和友谊。拥有足够的发自内心的自信，能够使你被一种光环所笼罩，使你极具吸引人的魅力，这种光芒具备相当的魔力，它能够为你在销售中吸收到更多的能量，进而促成销售。

★ 世界500强标准实战

杰西是微软销售部的经理，一天他去拜访一位客户，可是奇怪的是，无论杰西什么时候去，客户都是刚刚出门或者没回家，而且每次开门的都是一位老人，这位老人的回答永远都是“总经理还没回来”或者“总经理刚刚出去”，这样杰西一次又一次拜访，总经理仍旧不在。这次杰西又敲门，老先生还是回答：“总经理不在。”杰西问道：“那总经理什么时候回来呢？”“不知道，有早有晚的。”老人回答道。

杰西使用了很多办法，老人就是什么也不说，杰西得不到一点消息。但是杰西没有放弃，他相信只要自己不放弃，终究会等到的，并能做成交易。

一天，杰西又一次来到总经理家，这次恰巧遇到了邻居的一位老妇人。老妇人问杰西来意。于是杰西把情况一一跟老妇人说了。老妇人听后，笑着说：“那位老先生就是总经理啊。”杰西顿时恍然大悟。再次敲门的时候，杰西终于和总经理对上话了。老先生请杰西进屋聊。杰西没做太多介绍，老先生便决定和杰西合作。在签合同的时候，老先生说：“年轻人，你的自信和对工作的热情，让我信任你。本来我是想打发你，没想到你这么自信，坚信能等到我。”

相信没有哪个销售员愿意给人留下那种缺乏自信、胆怯猥琐的印象，这种表现本身也会使销售沟通效果难以发挥出个人的正常水平，仅仅是出于做人的最基本尊严，那也应该将不自信的生活态度彻底剔除出去。

销售员，理应具备那种“仰天大笑出门去，我辈岂是蓬蒿人”般的自信与气势，唯有如此，才能使人容光焕发，让整个人都为之改观，气质会更优秀高雅，谈吐会更洒脱大度，与客户交流起来也会更加轻松自然，进而产生一种可在不知不觉中感染、打动人的魅力，接下来的销售活动也就水到渠成。

★ 世界500强标准对照

自信的销售员：

1. 在人群及公共场合中，能够大方自如地展示真实地自己。
2. 勇于面对自己的恐惧，承受恐惧。
3. 只允许那些积极的想法在脑海中存在。
4. 清楚自己的优势所在，并相信这是自己的财富。
5. 勇于拒绝，敢于说“不”。
6. 能够坦然接受别人的赞扬，眼睛敢于与人直视。
7. 能够自然自如地运用各种身体语言。
8. 习惯用坚定、果断、热情的语气说话。
9. 不自我贬低、不说不利于自己和他人的话，不会过分的谦虚。

10. 不狂妄自吹，不贬低他人，不像怨妇般地抱怨生活中的一切。

不自信的销售员：

1. 说话声音小，扭扭捏捏，甚至不敢说话，不敢发表自己的看法，哪怕是正确的。

2. 不敢正视别人的眼睛，闪闪躲躲，即使和人说话都低着头。

3. 做任何事都会犹豫不决，优柔寡断。

4. 过度谦虚，过分容忍别人。

5. 平时比较沉默，很少和人交往，不善于表现自己。

6. 容易情绪化和走极端。

7. 就算看到自己的优点，也不愿意去利用。

美国麻省人寿保险公司： 乐观， 销售路途的强心剂

★世界500强标准解读

美国麻省人寿保险公司（Mass. Mutual Life Insurance）是一个全球性、多样化的金融服务组织。公司提供资产组合管理和保险产品及服务，目标是建设、提高和继续革新，提供广泛的金融解决方案以满足个人、公司和长期服务客户的需要。

美国麻省人寿保险公司对员工的首要要求就是乐观，特别是对于销售一线的员工，要能够摆正心态，将拒绝当成锻炼自己的熔炉。美国联合保险公司销售员就是这样不断给自己暗示，才带动了企业的不断成长。

乐观是美国麻省人寿保险公司员工的必备的心理素质，尤其是对于销售行业，必须能抗住打击。对于拒绝情况，这是正常得不能再正常的事情了。所以，对于这种正常情况的发生，我们却常常以非正常的心态来面对，这难免错位。顾客拒绝我们，就如我们每天吃饭、睡觉，我们对此不

必大惊小怪。合作是双方的事情，如果对方从没有意向合作，那你也是求天天不应，求地地不灵。

华盛顿说过，“一切的和谐与平衡，健康与健美，成功与幸福，都是由乐观与希望的向上心理产生与造成的”。因此，乐观主导了我们的工作和生活，无论遇到或悲或喜的事，我们以积极的心态去面对，事情就会往好的方面发展。这就像一种魔力，进入了这种良性循环，你的生活和工作，必将是一种全新的局面。

★ 世界500强标准实战

克里斯是美国麻省人寿保险公司的销售部经理。在18岁那年，克里斯就已经开始了销售保险的工作。但是开始的销售情况并不好，在克里斯第一次上门推销的时候，克里斯还犹豫不决，甚至有些害怕被拒绝。于是他就默默给自己鼓劲：如果你做了，没有损失，还可能有很大的收获，那就下手去做，马上去做。默念了两遍，克里斯就开始勇敢地走入大楼，挨家挨户进行销售。虽然那次只有两个人买了保险，但是确实如他所想，但在了解自己和销售技术方面收获不少。就这样，一个月过去了，克里斯还是没有卖出一份合同。家人都劝其放弃这份工作，说不定有更适合他的。但是克里斯不这么认为，他觉得现在的工作就是适合他的，只是还没有到收获业绩的时候。虽然目前的情况并不好，但是他每天都能收获，都能学到东西，克里斯眼中只有好的方面，这种乐观的心态没想到真的改变了他后来的工作状况。

第二个月，他卖出了4份保险；到第三个月的时候，他有一天就卖了6份。月末的时候，他居然创造了一天10份的好成绩。渐渐地，克里斯的业绩越来越好。有一天，克里斯竟然卖出60份保险，这在公司还是史无前例的。

其实从当时来看，整个美国笼罩在经济大恐慌之中，大家都没有钱买健康和意外保险，真有钱的人又宁愿把钱存起来。这时，克里斯给自己加