

销售精英速成手册系列

一本销售实战案例和稳拿订单法则完美结合的实用工具书

订单是销售人员业绩的最好证明。本书汇集销售专家多年的研究成果，是销售明星成功经验的总结。通过阅读本书，你将能快速掌握销售新模式，轻松赢得订单，实现业绩的飞速增长。

稳拿订单

的47个法则

张超◎编著

 中国纺织出版社

销售精英速成手册系列

一本销售实战案例和稳拿订单法则完美结合的实用工具书



稳拿订单 的47个法则

张超◎编著

 中国纺织出版社

内 容 提 要

订单是销售人员业绩的“晴雨表”,它反映着一名销售员各方面的素质:客户开发能力、商品营销能力、客户沟通能力、异议处理能力、客户关系维护能力以及售后服务中客户投诉处理能力等。本书充分借鉴现代市场销售中精英业务员的实战经验,总结出 47 种销售经验和方法,形成其独特的营销模式。在内容结构上,本书从锁定潜在客户、挖掘潜在客户、细节管理、客户心理等多角度,向读者阐述了如何迅速高效成交的法则,让你拥有一套属于自己的拿单法则,创造骄人业绩。

图书在版编目(CIP)数据

稳拿订单的 47 个法则 / 张超编著. —北京:中国纺织出版社, 2012. 11

ISBN 978 - 7 - 5064 - 8937 - 9

I. ①稳… II. ①张… III. ①销售—方法 IV.

①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 181471 号

策划编辑:刘箴言 张永俊 责任印制:陈 涛

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

http: //www. c-textilep. com

E-mail: faxing@ c-textilep. com

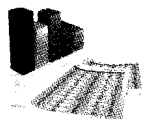
北京中印联印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2012 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

开本:710 × 1000 1/16 印张:15.5

字数:178 千字 定价:29.80 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



前言

PREFACE

“你的职业是什么?”

“销售员。”

“你的职责是什么?”

“拿单。”

“你的目标是什么?”

“迅速高效稳拿订单。”

“那么你的业绩如何?”

“我总是能超越我的任务目标，你可以想象……”

“那么你的方法是什么?”

“任何方法。”

“你认为最有效的方法是什么?”

“哦，应该是我的 47 个拿单‘法则’。”

这是笔者和一位精英销售人员的一段对话。然后就有了本书，它只讲一件事：如何高效稳拿订单。但它可以解决很多件事儿，比如销售人员的销售任务问题，销售人员的职位提升问题以及销售人员能不能做到“成功”的问题……

最终还是归为一件事：拿单，就能说明一切。

订单，是对一个销售人员最好的证明。

一个精英销售人员，我们可以忽略他的年龄、性别、学历、背景等，

但我们唯一不能忽略的就是——订单。

订单是销售人员的直接业绩的晴雨表，它折射着一个销售人员全方面的素质：客户开发能力、商品营销能力、客户沟通能力、异议处理能力、客户关系维护能力以及售后服务中客户投诉处理能力等。

可以说，一个销售人员就是一个全才；而一个精英业务员，就是全才中的精品。

精英销售人员，首先要具备一个优秀销售人员应该具备的上述各种素质和能力；其次，他的拿单质量和效率更是出类拔萃的。也可以说，正是因为素质和能力的提升，在具体的工作中又能总结出自己的工作经验和方法，形成自己的营销模式，拥有一套属于自己的拿单法则，才创造了精英销售人员们令人惊喜的骄人业绩。

经验这种东西甚至比知识更重要，它就像武器和武功。武功再高的高手也不可能短时间内就能把多年修炼的内功传授给你。但是，武器可以瞬间交到你的手上。

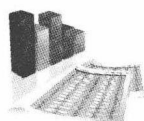
是的，本书就是精英销售人员送给同行朋友的一种“拿单武器”，它告诉你凭什么去拿单，去哪里拿单，怎样能更快更准拿到单，拿单过程中的难缠问题怎么解决，成单后如何继续拿单。

它也许不是什么失传的“秘籍”，但绝对是一件实用的工具。放在你的手里，加上你的经验和领悟，它会变得锋利无比，威力无穷。它可以帮你壮势，可以帮你退敌，可以帮你争功。它是你拿到手里就可以用的东西，它总能在很短时间内就能立刻帮你解决问题。

想成为精英销售人员吗？那就拥有它吧。

编著者

2011年6月



目 录

CONTENTS

第一章 做销售精英要有精英意识 ——销售人员必知的“6个拿单法则”

在销售产品之前先懂得营销自己 / 3

工作激情造就最终的顶级高手 / 8

机会都是被耐心等待来的 / 13

没有任何一个客户有义务相信你 / 18

三寸之舌才是拿单“利器” / 23

人格魅力是精英业务员的“核武器” / 27

第二章 做对的事情好过把事情做对 ——销售人员锁定潜在客户的“6大法则”

最快找到有价值客户用“MAN法则” / 33

成为精英业务要会做“精英”订单 / 38

会用“20：80法则”找到关键客户 / 42

关键决策人是成功拿单的关键因素 / 46

关系维护也能挖掘“潜在”客户 / 51

对“七类客户”要主动说“再见” / 55

第三章 成功与否往往只是方向问题 **——销售人员挖掘客户需求的“6个法则”**

- 完全了解客户，点准客户的“最痒穴” / 63
- 主动营销，解冻客户的“冷藏”需求 / 67
- 成为客户的顾问，他自然会把需求告诉你 / 72
- “听”是获取信息最好的沟通方式 / 77
- 会提问的销售人员善于在回答中发现客户需求 / 82
- 用 SPIN 模式引出大订单最有效 / 87

第四章 机会总是隐藏在细节里 **——销售人员细节管理的“5个法则”**

- 任何客户都喜欢被尊重 / 95
- 没有客户喜欢你去和他争辩 / 99
- 专业术语会让客户觉得你很专业 / 103
- 产品展示能让客户直接看到他的既得利益 / 107
- 那些容易被忽略的细节千万不要忽略 / 112

第五章 再难缠的人也能给你订单 **——不同类型客户心理攻坚的“6种法则”**

- 谦虚谨慎是令专制型客户最高兴的事儿 / 119
- 产生情感共鸣更容易赢得感性型客户的信任 / 124
- 别浪费干练型客户的时间和精力 / 129
- 专业性建议打消犹豫型客户的不决 / 134
- 逆向思维容易迎合个性型客户的“个性” / 139
- 赞美虚荣型客户，那是他喜欢并需要的 / 143

第六章 为客户的质疑窃喜

——销售人员捕捉成单信息的“5大法则”

客户喋喋评论是在关注产品品质 / 149

客户四处询问是想寻求决策建议 / 154

客户挑剔也许是对价格有异议 / 158

货比三家马上搬出增值促销政策 / 164

客户关心售后是需要服务品质承诺 / 170

第七章 绝技要在关键时刻出手

——销售人员促成订单的“8个法则”

假定客户同意购买，就让他真实体验 / 177

积极帮助客户挑选产品，不管他需不需要 / 181

对客户看中的商品，给他“会买不到”的“威胁” / 186

“先试用”是一种以退为进的成单技巧 / 190

假意离开可以让客户迅速作出决定 / 195

把问题当答案督促客户作决定 / 199

直截了当递笔签字，把鸭子赶上架 / 203

谦虚拜师学得妙招重新出击 / 208

第八章 服务无止境，订单还复来

——销售人员让订单自己找上门的“5个法则”

让你的售后服务超越客户期望值 / 215

用不断的惊喜感动老客户 / 220

对老客户资源进行二次开发 / 224

对爱批评的客户格外用心维护 / 228

客户的忠诚会把订单送上门 / 233

参考文献 / 238

第一章

做销售精英要有精英意识 ——销售人员必知的“6个拿单法则”



就如同军事武装的信息化进程走进单兵时代一样，商业销售大军也在逐步走上单兵作战模式。但是，在销售团队的单兵作战还没有正式进入信息化标准化装备的营销时代前，销售人员的单兵作战还只能称之为一个人战斗的状态。一个人去战斗，并成为销售高手，就要知道如何武装自己，提高自身战斗能力。这是每一个销售人员必修的基本功。



在销售产品之前先懂得营销自己

既然你想在某个时刻某个地点对某个人或某些人做某种形式的销售，你就必须脱颖而出。你是在试图让别人以你的方式去做某些事，以你的观点来看某些事，想要他们改变观点，就得让他们喜欢你或爱上你。

销售自己比销售你的产品还要重要，因为你总是比你的产品先出现在客户面前，先让客户产生印象。也就是说，你把一个人活灵活现地摆在了客户的面前，你要先让客户对这个人产生兴趣，才有机会让这个人得到话语权去沟通和影响客户。在客户先期接受销售人员的过程中，销售人员的形象礼仪、处事态度、思维观念和专业能力等都无声地影响着客户。

销售人员是一个特殊的群体，他们可以说是商战中的特种兵，是集大智大勇、将帅风度、谋士气质、斗士勇气于一身的特种人才。销售人员处于企业竞争的最前沿，不断提升自身素质是销售工作以及营销时代提出的挑战。要在同业人员的激烈竞争和客户挑剔中脱颖而出，顺利走向成功的



彼岸，不但要提高自己的综合素质，丰富自己的内涵修养，还要懂得如何让客户接受你的优秀并且信任你。

成功学大师拿破仑·希尔说：每个人都总是在销售自己。无论你是谁，或从事什么职业，每当遇见一个人、和一个人通电话、向他人解释、表达自己的观点时，你就在销售最宝贵的财富——你自己。

30多年前的一天，在美国新泽西州，西奥兰治市，一位年轻人从一列货车上跳下来，匆匆赶往爱迪生实验室。

秘书将年轻人拦在了门外，并示意他爱迪生先生很忙，不是所有来访客人都有机会面谈的。

接着，秘书问及年轻人的来意，他坚定有力地说：“我将成为爱迪生先生的合伙人！”

秘书注视着眼前这位风尘仆仆的年轻人，眼神儿里的不屑迅速转化为一种惊异和崇拜。她迅速去通报爱迪生。爱迪生同样受到这个“合伙人”的合作机会的吸引，愉快接见了她。

就是这样一个冒失大胆的举动为年轻人赢得了机遇：1小时。

在这1个小时的时间里，年轻人对自己进行了充分的自我销售。1小时之后，他成为了实验室的一名员工，为爱迪生实验室擦地板。但是5年之后，他却真的成为了爱迪生的合伙人，以作为口述记录机的经销商而闻名于世。

这1小时的自我销售可谓价值千金。这个年轻人就是伟大的埃德温·巴恩斯（Edwin C. Barnes）。

埃德温·巴恩斯积累了巨额的财富，这一切都要归功于他和爱迪生那短短1小时的会谈。在这1个小时里，他用自己的人格魅力征服了爱迪生这位20世纪最伟大的发明家，并最终成为了他的合伙人。

一切都源于那1个小时的自我销售，他成功地实现了自己和爱迪生的合作，哪怕只是一个为实验室擦地板的机会，却最终为他开启了财富的大门。



对别人产生影响，但又不激怒别人，甚至让别人受到你的影响开始喜欢并信任你，给你机会，这是成功销售人员的全部工作。一个人，以任何一种形式去说服别人的努力都可以称之为是销售，让客户喜欢并信任自己的过程是销售过程中至关重要的一部分。

为了让对方接受你，喜欢你甚至爱上你，你必须使自己成为他喜欢的样子，能够给他提供有益的信息和帮助，或者让他觉得你可以为他提供有用的信息和帮助。那么要做到这一点，销售人员应该从哪做起呢？

1. 注重外表形象

衣着整洁、仪表端正、文明礼貌、微笑热情。不是所有人都喜欢一个衣着整洁仪表端庄的人，但肯定没有人会莫名地讨厌这样的人。要留给别人一个好的第一印象，从内在、外表上都要做得很好。特别是微笑，是一张销售自己的金名片。

2. 学会倾听

倾听是一种雇员获得信任和尊重的捷径。对于销售员来说倾听是其了解客户的基本功，从倾听的过程中获取对自己有益的信息，这样也更有助于有针对性地为客户销售自己。

3. 要真诚

真诚是获得别人信任和尊敬的唯一方法。说服和吸引别人一定不是靠谎言。一个说谎话或半说真话的销售人员很快地就会发现自己没有前途、没有客户，同时也没有了工作。不论对假意的奉承还是骗人的借口，人们是不会为他们留有余地的。

你可以以你优雅的风度、社会的高位、仁慈的行为、丰富的知识和经历等去赢得他人的尊重。但是，只要一句谎话就可以毁掉所有的一切。也许不是所有人都希望自己面前出现的应该是一个风度翩翩、渊博睿智的人，但所有人都肯定希望自己面对的是一个真诚的人。

4. 强化记忆

一个销售人员最令人悲哀的一句话是“我忘了……”，它会使你的销售工作触礁。



相反，一个能记住客户姓名，职业，爱好，特长，特别是生日、荣誉等个人更为重视的因素的销售人员会立刻引起客户的青睐。这种被人关注、记住的感觉，每个人都喜欢。

我们都喜欢别人能够记住自己，特别是在某些场合，有时只是记得一个人的名字，就能为你敞开一道门，使人马上站到你那边，给你一个有利的形势。相反的，忘掉了那个名字，就会关了那道门，把你隔离在外。同样地，忘记了跟别人约好的时间、地点，也会使你失去成交的机会。那么，我们销售人员就要具备一定的记忆能力。

5. 把持自我

销售自己的过程，事实上是一个发挥自己能量影响别人的过程，它不真正的出卖自己。因此，作为销售人员，要时刻把握好自己，不卑不亢，谦恭有度。这样赢得的是尊重和信任，如果自己都不够尊重自己，不相信自己，又如何指望别人能尊重你、相信你呢？

如果销售人员能够做到以上五点，就能很好地把自己销售给客户，然后，他的产品自然就很容易让客户接受了。



【销售精英实战指南】

销售大师“九项修炼”

(1) 销售大师之所以能成为大师，是因为他们具有促使他人做出符合自己意图的行为而不会产生抵触和摩擦的能力。

(2) 销售大师清楚地知道自己的目标。他们知道如何制订计划并积极地想法付诸行动。

(3) 销售大师有着既可以用书面语言也可以用口头语言对他人产生影响的能力。

(4) 销售大师是能够左右他人思想的战略家。



- (5) 销售大师是哲学家，可以用因解释果，甚至可以用果来解释因。
 - (6) 销售大师是性格分析家。
 - (7) 销售大师可以通过别人脸上的表情、所说的话、沉默的姿态以及自己面对他们时的感觉知道他们在想些什么。
 - (8) 销售大师可以根据过去所发生的事来预测将来。
 - (9) 销售大师可以领导别人，因为他们能够主宰自己。
-



工作激情造就最终的顶级高手

一个人工作是否能有所成就，取决于他是否拥有一种激情饱满的工作态度。如果我们能把棘手的工作看做是对自己的一种挑战，并且满怀喜悦和热情地投入其中，奇迹就会发生。如果我们能够以充满激情和活力的征服精神去对待工作，那么我们就可以轻松愉快地完成它。

在很多行业的销售工作中，销售人员的平均流动率可高达 30%～50%，有些企业却能将这个数字控制在 2%。这些企业选拔销售人员的秘诀就是，特别重视个人的人格特质和工作态度。事实上，也正是积极的工作态度最终造就了顶尖的销售高手。

根据研究，一个人所从事的各种活动中有 85% 以上的结果是由自己内心所抱持的态度来决定的。所以说，决定身价的是你的态度而不是你的才能。研究还发现，顶尖销售永远以积极的心态面对周围所有的人。他们深信因果定律。那就是，你播种的是什么，收获的就是什么。



日本企业家稻盛和夫曾总结一个人的成功公式：个人能力×工作激情×价值观=业绩。

这个公式说明一个人的能力与工作激情是可以互补的。中国也有“勤能补拙”之说。有时候，勤奋和激情比个人能力还要重要，因为人的能力是弹性的，而热爱工作的人往往还能激发出更大的潜能。

高木是日本著名的销售界人士，写了不少著作。当年，高木刚刚入行的时候，却是一切都不如意。他每天跑三十几家单位去销售复印机。在战后百业待兴的时期，复印机是一种非常昂贵的新型商品，绝大部分机构都不会购买。大多数机构连大门都不让他进；即使进去了，也很难见到主管。

高木只好设法弄到主管的家庭地址，再登门拜访，而对方往往让他吃闭门羹：“这里不是办公室，不谈公务。你回去吧。”第二次再去，口气更为强硬：“你再也不走，我可要叫警察了！”

头三个月的业绩为零，他连一台复印机也没有卖出去。他没有底薪，一切收入都来自交易完成以后的利润分成。没有做成生意，就没有一分钱收入，出差在外时住不起旅馆，只好在火车候车室过夜。但他仍然乐观地坚持着。

有一天，他打电话回公司，问有没有客户来订购复印机。这种电话他每天都要打，每次得到的都是值班人有气无力的回答：“没有”。但这一天，回答的口气不同了：“喂，高木先生，有家证券公司有意购买，你赶快和他们联系一下吧。”

简直是奇迹！这家公司决定一次购买8台复印机，总价钱是108万日元，高木可得报酬超过19万日元。这是他的第一次成功。从此以后，时来运转，他的销售业绩直线上升，连他自己都觉得惊讶。这一切都得益于他的乐观，从未丧失对事业的激情。

销售工作80%的基础在于20%的心理态度。销售人员所掌握的能力、