



时光文库102
销售掌中宝[02]

找对拒绝理由
提出改正良方
步入销售正轨

销售从 被拒绝开始

涂鹤宁◎编著



被拒绝，是每个销售员不可避免要遇到的问题。能否正确面对这一问题，是决定销售业绩的关键。如何让客户的拒绝成为销售成功的契机，这是一个现实而亟待解决的问题。

销售从 被拒绝开始



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

销售从被拒绝开始 / 涂鹤宁编著. —上海: 立信
会计出版社, 2012.7

(时光文库)

ISBN 978-7-5429-3560-1

I. ①销… II. ①涂… III. ①销售-方法 IV.

①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第110432号

策划编辑 蔡伟莉

责任编辑 赵新民

封面设计 久品轩

销售从被拒绝开始

出版发行 立信会计出版社

地 址 上海市中山西路2230号 邮政编码 200235

电 话 (021) 64411389 传 真 (021) 64411325

网 址 www.lixinaph.com 电子邮箱 lxaph@sh163.net

网上书店 www.shlx.net 电 话 (021) 64411071

经 销 各地新华书店

印 刷 北京彩虹伟业印刷有限公司

开 本 720毫米×920毫米 1/32

印 张 10

字 数 142千字

版 次 2012年7月第1版

印 次 2012年7月第1次

书 号 ISBN 978-7-5429-3560-1/F

定 价 18.80元

如有印订差错, 请与本社联系调换

前言



俗话说得好：三百六十行，行行出状元。每个行业里，都有特别出色的人才；每个行业里，都会出现一些行业精英。销售工作也是如此。在我们身边，恐怕从业人数最多的就是销售人员了。有的人把销售工作当做自己的入行职业，有的人通过做销售，赚到了自己人生的第一桶金，以此为起点，开启了自己事业的大门。已故台塑集团董事长王永庆，华人首富李嘉诚，他们都是从做销售白手起家的。他们的成功，说明了这样一个问题：销售工作可以给人带来巨大的回报，这个职业可以让销售人员踏上成功之路。

但是，在这个庞大的销售队伍中，为什么又有很多人掉队了，没有坚持下来，没有收获属于自己的果实呢？

究其原因，是多方面的。但最直接的，就是这些没有成功的销售人员没有坚持到最后，在客户第一次拒绝，甚至还没见到客户，就自己先败下

阵来。所以有这样一种说法：销售从被拒绝开始。

销售人员工作的终极目标，就是成交。如果被客户拒绝，那么这个终极目标就无法实现了。销售人员如何与客户过招才不被客户拒绝，在被客户拒绝之后，如何处理，才能顺利成交，这正是本书所要解决的问题。

本书从七个方面讲述了如何化解客户的拒绝。

让客户无法拒绝的自我销售术

做销售的人，都知道这样一句话：先销售自己，再销售产品。是的，在卖产品之前，先把自己卖出去，让客户接受自己，然后再卖产品。要做到这一点，销售人员就要从自己的一举一动做起，时刻注意自己的形象，学会如何更为优雅、得体地把自己的完美形象地呈献给客户，让客户认可自己，进而认可自己的产品。

让客户无法拒绝的人脉术

人脉即是财脉。销售人员要想作出卓越的成绩，就要有足够宽、足够广的人脉网。销售人员的业务不是一个人做出来的，是靠他的人脉网做出来的。人脉越广，可开发的客户资源就越多，销售业绩就会越好。所以，销售人员要想取得好业绩，

销售从被拒绝开始

Xiao Shou Cong Bei Ju Jue Kai Shi

就要拓展自己的人脉，扩大自己的圈子，逐步扩展自己的客户渠道。

让客户无法拒绝的创意术

八仙过海，各显神通。销售无定式，各自有绝招。不管销售人员出什么招，能成交，就是成功了。在通往成交的道路上，会出现各种各样的客户，有各种各样的问题出现，销售人员就要通过自己的各种创造性的想法来打动客户，最终达成成交。

让客户无法拒绝的魔鬼说服术

销售全靠一张嘴。东西再好，销售人员说不出来，客户无法得到有效的信息，最终也无法达成成交。销售的过程，绝大部分是销售人员与客户之间的沟通，销售人员能否促成成交，有效的说服占相当大的比例。如何才能成功说服客户，这是销售人员需要练就的一项硬功夫。

让客户无法拒绝的思考术

用脑拿订单。销售，不光是把产品的好处介绍给客户就完事，成交的过程，也是销售人员与客户智斗的过程。销售人员在向客户介绍产品的

同时，也得动脑子，想办法，真正触及客户的底线，摸准对方的脉象，方能百战不殆。

让客户无法拒绝的攻心术

销售人员在卖产品时，要钻进客户的心里，一旦客户的心被攻下，成交就是水到渠成的事了。

让客户无法拒绝的销售细节

细节是魔鬼。有多少销售人员，因为忽略了细节问题而导致最后的销售失败。这些小细节，不见得有多大，多重要，但是销售人员们在销售过程中忽略了，而客户却认为这些小细节足以反映出销售人员的粗心大意，不够专业，对自己不够尊重，进而作出不再继续谈下去的决定，最终导致成交失败。销售人员为了避免因为这样的小细节而导致成交的失败，一定要在销售过程中把这些细节问题做好，把工夫下足，把客户的疑虑打消，为成交清除一切障碍。

因为篇幅所限，本书所涉及的内容不能一一涵盖，务请广大读者予以谅解。

最后，我们希望能带给有缘读到此书的读者一份启发，一份帮助。

销售从被拒绝开始

Xiao Shou Cong Bei Ju Yue Kai Shi

目 录

第一章

越挫越勇——拒绝是成功销售的开始

1. 客户为什么拒绝 2
2. 做好被拒绝的准备 9
3. 拒绝是销售的开始 16
4. 把握处理拒绝的时机 21
5. 在拒绝前抢先处理 24
6. 敢于向客户先开口 26
7. 用幽默打开顾客拒绝之门 28
8. 再访曾拒绝你的客户 31

第二章

亮出自己——让客户无法拒绝的自我销售术

1. 时刻销售自己 40
2. 明确销售目标 45
3. 培养非凡的亲和力 51

目 录



4. 引人注目的五个方法	53
5. 销售前做好充足的准备	56
6. 安排好销售时间	62
7. 养成好的销售习惯	72
8. 记好销售日记	79

第三章

先交朋友——让客户无法拒绝的人脉术

1. 有人脉才有钱赚	86
2. 广结善缘才能成功	92
3. 先做好熟人生意	95
4. 利用“老乡”关系	98
5. 应用“校友关系”	100
6. 老客户是一座金矿	102
7. 建立自己的客户群	106
8. 做到和陌生人一见如故	110

第四章

创意无限——让客户无法拒绝的创意术

1. 捕捉成交的信号	116
------------------	-----

销售从被拒绝开始

Xiao Shou Cong Bei Ju Jue Kai Shi

2. 反客为主促成交易	122
3. 激发客户的购买欲	128
4. 借助“第三者”的力量影响顾客	131
5. 收回承诺的策略	135
6. 巧用暗示促成交	138
7. 避重就轻，促使客户成交	143
8. 退让一步促成交	149

第五章

口吐莲花——让客户无法拒绝的魔鬼说服术

1. 让开场白为成功销售加码	158
2. 永远不要跟客户争辩	166
3. 用客户听得懂的语言进行交流	171
4. 用幽默开启成功的推销	175
5. 引导客户说“是”	178
6. 附和对方是和客户交往的黏合剂	184
7. 巧妙询问客户	190
8. 真诚的赞美没有人会拒绝	195



第六章

智者无敌——让客户无法拒绝的思考术

1. 摸清对方的底细 204
2. 发掘客户的兴趣 208
3. 让客户感到你的关心 212
4. 在最短的时间内获得客户的信任 216
5. 用真心打动客户 220
6. 不怕不识货，就怕货比货 226
7. 这是我的错 231
8. 客户永远是对的 235

第七章

心诚则灵——让客户无法拒绝的攻心术

1. 给客户足够的尊重和肯定 242
2. 对客户多加赞美和恭维 248
3. 把客户当成自己人，为他省钱 252
4. 满足客户贪便宜的心理 256
5. 引领客户走上从众心理之路 261
6. 利用客户相信权威的心理 268

销售从被拒绝开始

Xiao Shou Cong Bei Ju Jue Kai Shi

7. 刺激客户的好奇心理	273
8. 抓住客户害怕买不到的心理	278

第八章

追求完美——让客户无法拒绝的销售细节

1. 让第一印象抢滩登陆	286
2. 微笑是最好的通行证	288
3. 大声叫出客户的姓名	292
4. 用完美的示范打动客户的心	293
5. 密切关注客户的肢体语言	295
6. 听懂了再做回答	300
7. 有效控制局面的策略	302
8. 不断完善售后服务	304



第一章

越挫越勇

——拒绝是成功销售的开始

万事开头难，销售工作同样如此。销售人员在工作中，经常会遇到被客户拒绝的情况。面对这种情况，你是安静地走开，还是执著地继续自己的销售工作，你的选择决定了你的结果。如果你选择走开，那么，此次销售工作无疑是失败的，但是，如果你能不被客户的拒绝所吓倒，还能继续进行销售工作，那就有成功的可能。只要不放弃，就有成功的机会。



1. 客户为什么拒绝

销售人员要想识别客户真正的意图，瓦解客户的拒绝，就要真正了解客户拒绝的原因。

拒绝只是客户的习惯性的反射动作，除非他听了介绍就买——很可惜这样的情况非常罕见。一般来说，当客户不购买的时候，他们会找理由，往往不会把真正的原因说出来，所以必须学会发掘客户拒绝你的真正原因，冷静地判断客户真正的状况，不被客户误导到一些非真实的理由上，把时间、精力浪费在不可能有结果的异议处理上，进而促成生意成交。通常，客户产生拒绝有以下几种情况。

1) 客户没有兴趣。

人总是对自己感兴趣的问题兴致勃勃，事实也证明，人们在对自己感兴趣的话题上更容易与对方深入交谈，也更乐于投入更多的时间和精力。

销售从被拒绝开始

Xiao Shou Cong Bei Ju Jue Kai Shi

所以，销售人员如果没能引起客户的注意及兴趣，销售就往往会遭到客户拒绝。

在销售中，销售人员不仅要知道怎样吸引客户的兴趣，还要知道怎样去满足客户的兴趣，并一直引导着客户往前走，这样才能提升销售业绩。

2) 客户不愿改变。

大多数的客户对改变都会产生抵抗，而销售人员的工作具有带给客户改变的含意。例如，从目前使用的 A 品牌转成 B 品牌、从目前的收入中拿出一部分购买未来的保障等，都是要让你的客户改变目前的状况。有些客户在接受你的产品之前，喜欢凭过去的经验、体会来评价产品的优劣。他们凭着养成的固定消费习惯，不易受外界因素的干扰，也不为产品的某一特点所动，很难轻易改变。这时就需要你能打动他们的心，他们一旦对你的产品形成购买动机，同样也不会轻易改变，或迟或早总会导致购买行动。

矢田一郎可以说是懂得如何改变客户的高手。他带着专供残疾人使用的安全便器到东京各商店去推销。

他不厌其烦地向商店的业务主管人员介绍安



全便器的性能及其使用价值：“残疾人由于生理障碍，大小便时很困难，这个安全便器就是专为他们设计的，其销售前景颇为广阔。”

可是商店的业务主管们都采取观望的态度。因为他们不知道这种安全便器究竟是否有销路，而且在橱窗里陈列便器，很不雅观，所以最终他们婉言谢绝了矢田一郎。

这使矢田一郎陷入了困境。他推销这种安全便器的想法是因为他的儿子。他唯一的儿子是个残疾儿童，每次大小便都需要他去帮助，搞得他满头大汗，也使儿子感到很痛苦，长此下去，总不是办法。

于是他就专心研制一种专供残疾人使用的安全便器。经过两年的研制，终于取得了成功。他想，社会上的残疾人不少，在生活上存在诸多不便，造成了本人及家庭的许多困难。如果将这种安全便器推广出去，不仅可以减少残疾人的困难，还可以使自己获得可观的利润，于是他为安全便器申请了专利，并投入了全部的财产来生产安全便器，谁知一上马就碰了壁。

当他走投无路时，他的一位知心朋友为他出了一个点子。当时，日本已盛行通过电话进行订

销售从被拒绝开始

Xiao Shou Cong Bei Ju Yue Kai Shi

货的业务。几天之后，东京好些百货商店都接到这样的订货电话：“请问，贵店有专供残疾人使用的安全便器吗？”

“很抱歉，本店没有这种货物供应，请到别的商店去问。”

别的商店也接到了同样的电话，也同样无法供应。由于接到这种订货的电话很多，引起了商店的重视，就将这个情况反映到所属的百货公司里去。

百货公司很重视这个“信息”，他们想迅速进货来满足商店营业的需要，终于他们记起了曾有个叫矢田一郎的人来推销过这种商品，当时被他们一口回绝了，现在看来是失策的。于是，他们就主动寻访矢田一郎，从他那里进了大批的安全便器，使矢田一郎积压的产品一下子销售出去，获得了相当的利润。

事实上，所有的订货电话，都是矢田一郎通过他的朋友打出的。而安全便器上市后，购买者很多，因为它确实给残疾人带来了方便。

从矢田一郎的经历可以看出，客户是愿意改变的，只要你的产品带来的价值大于他改变所付

第一章 越挫越勇——拒绝是成功销售的开始

