

世界第一销售教练
教你如何做销售

SELLING IN TOUGH TIMES

没人买时 如何卖

销售大师最值钱的12堂培训课

Secrets to Selling
When No One Is Buying

销售是你的职业，
但把它变成你的嗜好吧！

[美] 汤姆·霍普金斯著
(Tom Hopkins)

苏西 译



中信出版社·CHINA CITIC PRESS

SELLING IN
TOUGH
TIMES

没人买时 如何卖

销售大师最值钱的12堂培训课

Secrets to Selling
When No One Is Buying

[美] 汤姆·霍普金斯著
(Tom Hopkins)

苏西 译



中信出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

没人买时如何卖：销售大师最值钱的12堂培训课 / (美) 霍普金斯著；苏西译。

—北京：中信出版社，2012.5

书名原文：Selling in Tough Times

ISBN 978-7-5086-3271-1

I. 没… II. ①霍… ②苏… III. 销售—方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 037594 号

Selling in Tough Times

Copyright © 2010 by Tom Hopkins International, Inc.

This edition published by arrangement with Grand Central Publishing, New York, USA.

Simplified Chinese translation edition © 2012 by China CITIC Press

All rights reserved.

本书仅限于中国大陆地区发行销售

没人买时如何卖——销售大师最值钱的12堂培训课

MEIRENMAI SHI RUHEMAI

著 者：[美] 汤姆·霍普金斯

译 者：苏 西

策划推广：中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行：中信出版集团股份有限公司 (北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)

(CITIC Publishing Group)

承 印 者：北京诚信伟业印刷有限公司

开 本：880mm × 1230mm 1/32 印 张：8 字 数：168千字

版 次：2012年5月第1版 印 次：2012年7月第4次印刷

京权图字：01-2010-3693 广告经营许可证：京朝工商广字第8087号

书 号：ISBN 978-7-5086-3271-1/F · 2586

定 价：29.00元

版权所有 · 侵权必究

凡购本社图书，如有缺页、倒页、脱页，由发行公司负责退换。

网 站：<http://www.publish.citic.com>

服务热线：010-84849555

投稿邮箱：author@citicpub.com

服务传真：010-84849000

世界上最优秀的销售培训师和销售员现身说法，教你如何通过销售而致富——趁其他人无所事事的时候。

——马克·维克托·汉森 (Mark Victor Hansen)

“心灵鸡汤”系列图书的合著者

书中满是高见和销售技巧……汤姆真是个销售大师！

——乔尔·韦尔登 (Joel Weldon)

入选美国演讲名人堂的演讲家、演讲教练、销售培训师

每一个行业的每一个人都应该读这本书。这是销售大师超越自我的力作！

——谢莉·凯尔博士 (Shelley Kaehr)

《你理当拥有的生活》与《销售101》作者

今天就买下这本书！每位读者都能把他的话说成功运用到实践中去。

——彼得·H·托马斯 (Peter H. Thomas)

加拿大21世纪不动产创始人

这本书来得正是时候，句句都说在了点子上！

——詹姆斯·艾布拉姆斯 (James Abrams)

克罗克沃克家居服务公司CEO

Selling in Tough Times

Secrets to Selling When
No One Is Buying

汤姆让销售变得简单多了！千万别读完就算了……你要拿去用。

——安东尼·帕瑞尼罗 (Anthony Parinello)

《向高管推销》作者

汤姆真是个大师，他能把逆境化作顺境，让你重回巅峰，稳坐成功之巅！

——丹尼斯·韦特利 (Denis Waitley)

《成功心理学》作者

三十多年来，汤姆·霍普金斯国际机构（Tom Hopkins International）有幸为世界各地的销售人员服务，并蓬勃发展起来。仰赖一支勤勉工作、言出必行的团队，我得以完成了15本书，主持了4 500余次的现场研讨，录制了无数小时的视频和音频课件，教人们如何做销售。我要永远感谢这些出色的人：

斯潘塞·普赖斯（Spencer Price），首席财务官

劳拉·奥恩（Laura Oien），总裁

朱迪·斯莱克（Judy Slack），研发部总监（我们的幕后作家）

克里斯廷·韦弗（Kristine Weaver），行政经理

琳达·亨特（Linda Hunt），客户服务

弗兰克·巴伦苏埃拉（Frank Valenzuela），仓储经理

莎伦·考拉欣（Sharon Kolacny），了不起的前台接待

德博拉·斯科罗金斯（Deborah Scroggins），会务经理（也是我的个人助理）

罗茜·沃尔弗拉姆（Rosie Wolfrum），应收会计

迈克尔·汉森（Michael Hansen），现场项目经理



当今一些最富有、最有影响力的商界人士都是从做销售起步的。这些人领导着著名的大公司，他们的名字也定期出现在福布斯全美400富豪榜上。但他们的优胜地位和财富未必是在经济全盛时期积累起来的。相反，许多人是通过满足客户的需求，通过努力工作、提升竞争质量，从而在市场中争得一席之地的。

请看一些例子：

谢尔登·阿德尔森 (Sheldon Adelson)，亿万富翁，拉斯韦加斯金沙集团 (Las Vegas Sands Corporation) 领导人。

S·丹尼尔·亚伯拉罕 (S. Daniel Abraham)，汤普生医药公司 (Thompson Medical Company，就是生产并推广 Slim-Fast 瘦身代餐的那家公司)。

施乐公司 CEO 安妮·马尔卡希 (Anne Mulcahy)。

百思买公司 (Best Buy) 的理查德·M·舒尔茨 (Richard M. Schulze)。

耐克公司的菲利普·H·奈特 (Philip H. Knight)。

这些人明白，生意的本质并不是产品，而是满足人们的需求。实际上，从现在开始，当你听到“市场”这个词的时候，我希望你把它理解成“人”。做销售的时候，你做的是一件与人息息相关的事。你把产品或服务卖给别人，因此与人们沟通交流，理解他们的需求和动机，这是销售的真谛所在。

行业状况、经济形势和企业发展都是有循环周期的，它们都依赖“人”这个要素。人们依靠公司提供产品和工作岗位。业务出现暂时停顿的时候，往往意味着改变该出现了，这些改变会影响到人们——既包括员工，也包括客户。

对不少人来说，“改变”是个最可怕的词。在那些已经学会欣然接受改变的人们看来，这个词的意思并不等于毁灭。而在那些希望世事永远不变的人看来，改变可能会让他们完全不知所措。当人们因恐惧而不知所措的时候，就会停止作决策——特别是那些与安全感（或者说是与“金钱”）相关的决策。

所有的生意都有周期，有涨有跌，也有中间的过渡期。你在任何一个阶段都可以取得成功。如果你是一个真正的销售高手，那么，市场形势对你来说其实没那么重要。成功的关键不仅存在于你的内心，也要看你认为自己处在商业周期的哪个阶段。在长期的职业生涯中，你将会遇到许多高低起伏的循环周期，你该如何作好准备，并且主动应对它们，正是本书要谈的内容。

特别是在经济低迷或行业衰退的时期，销售人员的工作比以往任何时候都重要。形势严峻的时候，有些客户除了必需品之外什么都不买。帮助客户发现需求，使其认清自己的购买能力，正

是销售人员的职责所在。

在这一时期，冲动型的消费者减少了，要是在往常，他们会给你带来不菲的收入。财大气粗的大客户也削减了订单，或是把订单拆分给更多家供应商。再一次，天降大任于销售团队——继续满足这些大客户的需求，帮助他们度过艰难时期。如此一来，形势回暖以后，这些客户就会继续对你本人、你的品牌和你的公司忠心耿耿。

这些都要靠世界上的销售人员——这些每天让自尊接受挑战的人——走出门去，实现这一切。在骇人的“9·11事件”后，在全美国不知所措的日子里，我给出的正是这个建议。我并不是说应该忘却那个浩劫之日的惨痛，而是说我们应该做自己最擅长的事……重整旗鼓，继续向前。唯有做正常的事，正常的感觉才会重新回归。

要想在经济低迷时期做好销售，你需要调整一下思路和做事方法；但你要知道，这是可以做到的，而且成千上万的专业销售人士已经做到了，而他们面临的灾难比你目前的困境要严重得多。

即使在艰难时期，销售也能够继续下去，并且它确实正在持续着。那些知道自己该做什么并身体力行的真正的销售人才不但能够生存下去，还会过得有声有色。

掌握销售的艺术，也就是掌握这样一门艺术：为客户提供他们想要的、需要的——而且是应该得到的——产品、服务和售后的跟进工作。这就是个人和组织不但能在任何挑战中存活下来，而且发展得繁荣兴盛、铸就伟业的法宝。

相信我。我经历过命运的起落，见识过变革的惊涛骇浪（而且“活”了下来）。我了解销售。在发现销售世界是多么激动人心之前，我干过体力活，在建筑工地扛过钢筋。我在自己身上投资，参加了一些训练课程，然后进入了房地产销售行业。我辛勤工作，为尽可能多的客户服务。而我取得的成功已然远远超过了我最为狂野的梦想。看见有那么多人像我当年一样，热爱销售工作，却不懂得这是一门可以学习的技能（跟学习其他技能没什么两样），于是我转型开始从事销售培训。如今，汤姆·霍普金斯国际机构已经荣膺全美最优秀的销售培训机构之一。请你阅读这本书里的字句，并且牢记在心。我知道自己在说些什么，我也知道你肯定能把学到的东西运用起来，达到并超越最美好的目标。方法就是：在销售过程中，为客户提供超凡的服务。



Selling in Tough Times

Secrets to Selling When
No One Is Buying 目录

前言 XI

第一章

销售到底是怎么一回事

1

遭遇困境的原因	4
销售即服务	10
对销售生涯的承诺	12
为了生存，下定决心	16
坚守道德准则	19

第二章

你是哪种类型的销售员？

23

你的销售风格	26
顶尖销售人才的素质	30
如何面对表扬	40
办公室里的大明星	44
业绩骤降怎么办？	45
改变销售策略	47
回归销售的本源	48

第三章

周而复始的商业周期

51

- 如果只有你所在的行业遭受打击，该怎么办？ 61
面对艰难境况，你该怎么办？ 63

第四章

回归销售的本源

69

- 你的销售有几个步骤？ 75
人们为什么从你这里购买？ 76
人们为什么喜欢你？ 77
如何建立信任？ 79
客户终于肯听了，但你该说些什么？ 81
该让客户说话了 82
总结，总结，再总结 84
客户准备好了，你该怎么做？ 85

第五章

先留住现有客户

89

- 应该给客户发送什么？ 95
有新信息分享的时候 96
为顾客提供额外服务 98
如何面对被你冷落的客户 100
别让机器接电话 103
客户忠诚度建设运动 104

第六章

如何获得高质量的引荐

109

- 公司停业或缩减规模，你该怎么办？ 115

如果竞争对手倒闭了	119
从非客户那里得到引荐	121
你在谁的清单上?	123
正面报道的力量	123
拓展人脉圈	125
第七章	
如何快速判断客户是否合格	
129	
上哪儿去找合格的客户?	134
让潜在客户开口说话	137
准确评估的威力	139
产品的确符合需求, 但购买时机成熟吗?	142
客户的订购量减少, 该怎么办?	144
要经常评估客户的合格程度	146
消除价格异议	147
第八章	
减弱客户的抗拒心理	
149	
一块砖一块砖地拆掉抗拒之墙	155
糟糕的决策者	161
客户怕什么?	164
第九章	
从竞争对手那里赢得客户	
171	
预料到客户的异议	176
如果现有客户想转投对手公司	180
从对手那里赢得新客户	185

第十章

帮助客户克服恐惧的成交策略

191	当决策者采取拖延战术的时候	195
	“追求”我吧	198
	你们之间的信任够吗?	199
	逆境中的成交策略	200

第十一章

如何既削减开支，又不失体面

211	给专业销售人员的节约小贴士	215
	企业应该如何削减成本	222
	与他人分享“财富”	225

第十二章

销售即服务

227	服务大众	232
	服务自我	233
	消除负面情绪	234
	培训自己，迈向成功	236

致谢	239
----	-----

第一章

销售到底是怎么回事



Selling in Tough Times

Secrets to Selling When
No One Is Buying

未来是丰富的，充满各种可能性。有可能是成就，也有可能是悲剧。

——阿尔弗雷德·诺思·怀特黑德 (Alfred North Whitehead)

英国哲学家阿尔弗雷德·诺思·怀特黑德曾这样写道，“未来是丰富的，充满各种可能性。有可能是成就，也有可能是悲剧。”是欢庆成就，还是遭遇悲剧，就要看我们如何应对这些可能性了（更重要的是，要看我们如何应对挑战）。

无论何时，只要你面临逆境，就应该迅速行动起来。应该集中精力看清现实，找出方法渡过难关，而不是一味哀叹倒霉。这样行动得越快，你迈开步伐改进现状的速度就越快。

这听起来像是一个过分简单的解决办法，确实是这样。但是，光坐着叹气、议论世事有多么艰难，又有什么用呢？事实上，我们沉浸在负面事情中越久，比如低迷的销售业绩、媒体的恶评、丢掉一个大客户、骇人的全球经济状况，就会把不良影响拖延得越久——因为我们没有采取行动。

在不断谈论事情消极面的时候，我们自己就变成了问题的一部分。这是在帮忙散播坏消息，跟不洗手或咳嗽、打喷嚏时不捂嘴是一样的。事实上，当我们遇到某些可能会致病的细菌时（无论是真的细菌，还是坏消息），最好的做法就是闭上嘴。这对身