

DINGJI XIAOSHOU FAZE

顶级销售法则

销售人员本无高低之分，只有提升销售业绩才是王道

[陈远吉◎编著]

打造21世纪最佳商业畅销书

所有的事情开始于思想，所有的改变都在一瞬间，所有的顾客都可以被说服。

石油工业出版社

DINGJI XIAOSHOU FAZE

顶级销售法则

销售人员本无高低之分，只有提升销售业绩才是王道

常州大学图书馆藏书章

[陈远吉◎编著]

打造21世纪最佳商业畅销书

所有的事情开始于思想，所有的改变都在一瞬间，所有的顾客都可以被说服。

石油工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

顶级销售法则/陈远吉编著.

北京:石油工业出版社,2011.7

ISBN 978-7-5021-8519-0

I. 顶…

II. 陈…

III. 销售学—通俗读物

IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第123440号

顶级销售法则

陈远吉 编著

出版发行:石油工业出版社

(北京安定门外安华里2区1号楼 100011)

网 址: www.petropub.com.cn

编辑部:(010) 64523643 营销部:(010) 64523603

经 销:全国新华书店

印 刷:北京晨旭印刷厂

2011年9月第1版 2011年9月第1次印刷

710×1000 毫米 开本:1/16 印张:13.5

字 数:180千字

定 价:28.00 元

(如出现印装质量问题,我社发行部负责调换)

版权所有 翻印必究



前言

销售，就是介绍商品的价值，以满足客户特定需求的过程。销售是一种深入大众的行业。说得夸张一点，生活在当今社会中，我们无时无刻不被销售行为影响着。

销售行业变幻莫测，无论是产品还是客户需求，都日新月异，所以说，要驾驭复杂的销售市场，销售人员就必须掌握高超的销售技巧，做到以不变应万变。

销售技巧是一个销售员销售能力的体现，同时也是一种工作技能。销售过程是人与人之间沟通的过程，其宗旨就是动之以情、晓之以理、诱之以利。不论是客户消费心理、产品专业知识、市场分析能力，还是自身的表达、沟通能力，只要找到并掌握了技巧，都可以在短时间内将自身的销售水平提升到一个新的高度。

为了提高销售成功率，世界各地的销售人员采用成千上万种销售方法，仔细观察，你会发现每个销售员在自己的领域内都能灵活运用各种方法完成自己的销售任务。但是同样不可否认的是，这些类型各异的销售方法中，的确存在着一些优秀的技巧，有幸掌握它的人多半都能取得更好的销售业绩。

本书汇集了一些顶级的销售法则，旨在与大家共享、共勉。在这里，你会发现更有效、更实用的销售技巧，通过运用这些技巧，你能够提高销售成功率，降低失败的风险。





总之，销售是一个专业性很强的行业，精妙而实用的方法和技巧是一个销售人员最重要、最核心的能力。如何面对各种不同喜好、不同性格甚至不同心情的客户，使对方有兴趣倾听，先接受销售员，进而接受产品，这都需要你充分掌握销售技巧，做到各个突破，从而取得辉煌的业绩，开创成功的人生！



目录

第一章 善用高明的销售攻心术

像商品一样展示自己·····	2
塑造打动人心的第一印象·····	4
让顾客无法说“不”·····	8
与其多说，不如多听·····	12
让每一次销售都充满人情味·····	17
让顾客为你寻找顾客·····	20
自信方能赢得客户·····	25
运用新奇的促销手段·····	32

第二章 教你与客户打交道

沟通就是与客户确立共同点的过程·····	38
首先说服自己，才能说服顾客·····	42
诚信让你的销售之路走得更远·····	46
适当的自我示弱，可以赢得顾客的好感·····	53



销售的路线不一定是直线·····	56
灵活处理客户的议价问题·····	59
适当调整价格会促进销售·····	64
用精细化服务赢得顾客·····	68
为顾客提供个性化服务·····	72

第三章 巧用销售中的超值服务

天上掉“钱”的销售技巧·····	80
先给顾客尝甜头·····	81
通过创新服务与增值服务吸引顾客·····	83
巧用互惠原则·····	86
神秘的“天上掉馅饼”·····	90
巧妙利用客户占便宜的心理·····	95



第四章 发现“险”字号的商机——冒险生意促成法

谈成“没影儿”的生意·····	102
反客为主，掌握主动·····	104
完成看似不可能完成的任务·····	109
善用逆势迂回的思维·····	112
独涉险境时不忘增援手·····	117
彻底颠覆守旧的思维模式·····	123

第五章 销售中的必备心理素质会让你赢得竞争

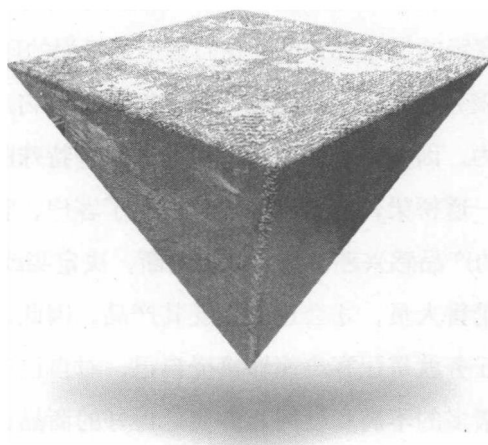
忍让与业绩成正比·····	128
练就“一笑了之”的豁达心态·····	130
学会应对销售低潮·····	134
销售失败，切勿泄气·····	146
拒绝面前勇气当先·····	154

第六章 “以奇胜，以正合”——另类的销售“兵法”

爱心赢得世界.....	162
创新的销售思路.....	170
特立独行做销售.....	173
你也可以成为快速出业绩的“销售骑兵”	176
“管理”客户最重要	185
以不变应万变——销售无常法.....	197

第一章

善用高明的销售攻心术



DINGJI XIAOSHOU FAZE



像商品一样展示自己

走在商场里，我们除了会看到柜台里琳琅满目的商品，还会看到穿戴整齐、满面笑容的售货人员。每每在这样的环境下购物，我们都会感到舒心、惬意，因为我们在买到称心商品的同时，也买到了满意的服务。即便我们没有满载而归，商场的良好服务也给我们留下了极深的印象。

销售人员的服务本就是一种商品，在没有卖出实物产品之前，他就已经开始了销售行为，因为他在此时已经成为了一种特殊的商品，在客户和商品之间架起了一道桥梁，只有当他自身吸引了客户，客户才有可能会对他所进一步介绍的产品感兴趣，从而做出判断，决定买或不买。

客户接受了销售人员，才会进而接受其产品。因此，销售人员在销售产品时，首要的任务就是让客户能够接受自己，对自己产生信任。如果客户对销售人员有诸多的不满和疑问，即使是再好的商品也难以引起他的兴趣，从而拒绝购买。

那么销售者应该以怎样的方式吸引客户呢？首先我们要清楚，在客户准备实施“购买”这一行为时，他首先必须要做的就是与销售人员进行沟通，了解商品的详细信息。而在这一过程中，如果销售人员彬彬有礼、服务周到，自然就会引起客户的好感，从而使客户接受他所介绍的产品；反之，如果销售人傲慢无礼、甚至态度恶劣，那客户就会立即心生厌恶，即使他原本有意向购买你的产品，也会因此避而远之。

伟大的销售人员乔·吉拉德曾说：“推销的要点是，你不是在推销商品，而是在推销你自己。”所谓对客户推销你自己，其实就是让他们喜欢你、相信你，并且愿意接受你，简言之，就是要让客户对你产生好感。实际上，销售与购买，简单来说就是销售人员与客户之间的一种交往活动。既然是交往，只有彼此之间产生好感，相互接受，才能够继续发展下去，建立可能的买卖关系。

很多时候，销售人员就像是一件又一件的商品，至于要怎样做一件人见人爱的“抢手货”，就要看你如何展示你自己。对于一件商品来说，它拥有内在的品质和外在的包装，只有当两者都使人满意时，人们才愿意购买，产品也才会畅销。同样，对于一个想要把自己当成商品推销出去的销售人员来说，也要注意自己的外在形象与内在的品质，这样我们的客户才会看得舒心，买得称心。

为了保证我们自身和产品都畅销，我们必须使自己成为客户最想看到的样子，无论是外表还是品格我们都要不断地改进。首先我们必须注重我们的外表，简单地说，就是我们从头到脚每一个部位都不得马虎；其次我们必须修养自己的人格，注意自己的言谈举止，必须把自己培养成一个高素质的人。对待自己以及客户，就像是所在行业里受过最高教育、最有学问的人一样。这样你才会从内在散发出一种人格魅力，使对方不得不被我们所吸引。

从某种意义上讲，推销的根本就是在推销自己，如果客户对你有好感，那么他自然会对你的产品产生一种信赖、放心的感觉，此时成功也就在眼前了。为什么客户会对你的产品产生信赖和放心呢？因为你的努力使人看起来如此舒心，客户先是喜欢你，自然就愿意相信你，这是人之常情。总之，要尽可能使你成为别人最想买的“东西”，这样你才能成为受人欢迎的“畅销品”。

塑造打动人心的第一印象

产品干净、整齐地摆放在适宜的橱柜里，在灯光的照耀下颜色倍显鲜亮，自然就会强烈吸引客户的眼球，从而给客户留下正面的心理暗示。反之，若产品肮脏、凌乱地被随意堆在某个地方，客户看到自然就会避而远之，进而对此产品产生负面的心理印象。这就是所谓的印象效应，影响着一个人对一事物的判断。

很多人都相信直觉，相信感官上的第一印象。虽然我们不赞同以貌取人，但我们不得不承认，人与人之间在第一次交往时给对方所留下的印象通常都会在对方的头脑中占据主导地位，影响双方将来进一步的接触和交流。销售就是一种交往行为，这种行为必然要产生的一种现象就是与陌生人频频打交道，其结果必然会与客户之间制造无数个“第一印象”。

既然如此，第一印象的好坏对销售人员能否成功销售也就有着至关重要的影响。俗话说，“良好的开端，是成功的一半。”对于销售人员来说，能否给客户留下良好的第一印象，有时候在很大程度上也影响着客户是否会接受并购买你的产品。所以说，销售人员的个人形象十分重要，要想推销产品必须先推销自己，只有先把自己成功地推销给客户，客户才会考虑你的产品。

形象是销售人员最直观的名片。第一次见面给客户的印象会根深蒂固地留在对方的脑海里，同时他也会对你这个人做一个直观而又整体的评价，

而这种评价连同你的形象会沉淀在他的记忆里，影响他对你的态度和你敞开心扉的程度。如果你是一个穿着得体、举止优雅、有礼貌的人，他一定会对你心生好感，认为你是个有修养、懂礼仪的人，从而愿意和你交往；如果你是个态度傲慢、言语粗俗、行为随意的人，对方就会觉得你是个没有修养、缺乏内涵的家伙，从而心生厌恶，不愿意和你接触，即使你已不再如此，也很难改变你在他心中的形象。

人都是重“感觉”的，第一印象往往决定未来的发展关系。尽管我们知道，有时第一印象并不完全准确，但是它却在人的情感因素中起着主导作用。如果在双方初次见面时，你给客户留下不好的印象，即使你的能力再强，也很难有机会得到证明了，毕竟很少有人会愿意花更多的时间去了解一个给他留下不美好第一印象的人，更多的人都愿意去接触那些给自己留下良好印象的人。因此，为了吸引客户，让他对你产生兴趣，销售人员必须要做到的就是打动他的心。利用这种“第一印象”效应，展示给客户良好的形象，为下一步的销售产品打下良好的基础。

这里我们送上几种提升好感的小建议。

1. 微笑

微笑是一种世界性的语言，无论你是世界上哪一国家哪一民族的人，只要说出这种语言都会被人们认同。对于销售人员来说，微笑更是一种职业精神，它彰显着你的工作热情和工作状态，让你焕发出一种迷人的风采。但事实上，虽然微笑的作用不可小视，却并不是每个人都掌握了这一提升自身美感的技巧。有些人在笑的时候光是嘴动，眼睛一点反应都没有，这会给人留下一种不好的印象，让人觉得你的笑不是发自内心的，笑得很假、很虚伪。

当你紧张的时候，面部肌肉会绷得很紧，如果勉强装出笑脸的话，反而会适得其反。对方看见你僵硬的表情时，会感到不安，怀疑你是不是有什么问题。其实，我们没必要强颜欢笑，只要脸上呈现出友好的表情就足够了。在这种情况下，最重要的是向对方传递一种友好的信息，让对方切

实地感受到你的真挚和诚恳。

微笑的秘诀就在于：眼角放松，嘴角微微向上翘起。用左、右两手的食指将嘴角向两侧展开，然后稍稍向上移动，一直保持这种姿势，这就是微笑。

2. 姿势

在谈话时，抱胳膊、搓手这些动作都是错误的。同样，背手或攥手也容易给对方造成紧张感。最正确的姿势应该是：挺胸、抬头、肩膀放松，手臂自然下垂在身体的两侧。如果你不习惯的话，可能会觉得手里好像缺点什么。但是，这短暂而宝贵的会面时间，希望你还是坚持一下为好。

3. 眼神交流

在眼神交流的过程中，不能一直盯着对方的眼睛，而是要像看一幅画一样，整体地扫视对方的整个面部。也就是说，在眼神交流时，你所要读懂的对象不是对方的眼球，而是对方的表情。在多人的情况下，你需要在较短的时间内，逐一地与每个人进行眼神交流和沟通。

眼神交流是传递信息的有力武器，你可以通过友好的眼神，向对方表达这样的意思：“现在，我想说的不是别的，正是您。我所提的建议对双方都有利，如果您能按我说的做，一定能够实现双赢。”有些人一遇到眼神交流的情况就会感到紧张，但是，实际情况恰恰相反。当你和对方四目交汇的时候，可以通过眼神了解对方的想法，切实地感觉到对方在倾听你的谈话，这样一来，你的心情可以更加放松，谈话也就变得顺利起来了。

4. 语速

这一点我们也要注意，就是说我们的说话速度，决不能过快，尤其在介绍产品时，语速过快容易吐字不清，这样也会让听者感觉很不舒服，失去耐心。

5. 恰当的自我介绍

在与客户见面时，我们必须要做自我介绍。在进行自我介绍时，选择什么样的内容很重要，同样，采用“怎样的方式”来表述这些内容也很重要。

说话的方式不同，留给对方的印象就会出现很大的差别。在同样的谈话中，你表述的内容将决定对方对你的印象。因此在准备内容的时候，为了得到对方的赞许，我们也要下一番工夫。如果你的工夫做得足，对方的心里就会想“听起来挺有道理的”、“听听他下面要说什么”，从而对你所说的话题产生兴趣。

另外一点值得我们注意的是，在这一过程中，为了加深给对方留下的印象，我们一般还要交换名片。因此，对于第一印象的塑造我们也就又多了一个着眼点，名片的装饰成为我们提升好感的一个手段，并让顾客记住你。

设计巧妙的商务名片是销售人员基本的装备之一。在一些场合，名片的存在和使用是特别重要的，尤其是一些业务可能还会涉及涉外交流，所以准备一些外文名片也是十分必要的。由于名片的大小和设计都大同小异，所以看上去会有千篇一律的感觉。经常翻一翻你收集的名片，同时把自己的名片也放在当中，看一看它是否在众多名片之中已经被埋没。

一家公司的一位经理在约见客户时经常会递给客户两张名片，有趣的是，当他把其中的一张名片摆放在另一张的上方时，这张名片看上去明显比另一张大。但把它们重叠在一起时，尺寸则完全一样。这样做除了有点好玩儿外，毫无他意，但却令人难忘。

这是一种能给顾客留下积极的、持久的印象的名片使用技巧。相对于普通的名片，这一小小的与众不同可能会更有价值，他的名片也更容易被对方收藏。目前还有一些更前卫的策略是，有些年轻一点的销售者愿意把自己的照片印在名片上，甚至有些还要秀上自己的漫画像。这一别出心裁的点子，也引起了不少行业的追风。当然，这种理念未必每个人都赞赏，但如果有用的话，何不多做几种不同样式的名片试试运气呢？因为在当今社会有这样一种现象：越是与众不同就越容易被人记住。特立独行的方式也许会让人们讨厌，也许会让人们欣赏，但无论哪种，都可以让人记住你，对于一个销售人员来说，这也就是你的强势所在。

6. 礼节

最后要谈的就是礼节。礼节是一个人内在文化素养及精神面貌的外在表现。作为销售人员，一言一行都要合乎礼节，因为这既是你的形象，也代表着公司的形象。

客户都是很聪明的，他们会在约见你的时候观察你的行为是否合乎礼节，进而判断你的公司是否值得信赖，再考虑合作的问题。讲究礼节的基本原则就是热情、谦虚、自信。以这样的礼节去交往，必然能给客户留下彬彬有礼的印象。

综上所述，良好的形象包装、得体的行为举止、适当的外物修饰，都是给人良好的第一印象的前提。

让顾客无法说“不”

让顾客无法说“不”，应该是每一个销售人员都追求的一种境界。但现实是，推销过程中听到否定的回答是许多销售人员早已习惯的事实。由于销售也属于一种双向选择，所以一旦遭拒，也就说明你离成交又远了一步；反过来，如果顾客不拒绝你，也就证明你成功了一大半，只要在今后的运作过程中不出大的纰漏，这一单生意也就基本促成了。

好多地方的人们早上都有吃豆浆的习惯。清晨我们到豆浆摊上一坐，卖豆浆的总是这样问：“甜的，咸的？”听到我们的答复以后便开始做鸡蛋