

销售女王 秘籍

baijio 百伯
百度旗下招聘网站

[日] 太田彩子◎著
白珍红◎译

女销售必看!

男销售切勿阅读



日本亚马逊超级畅销书 “百伯人才” 热力推荐

日本女业务员人手一本的冲锋书

“无法签单并非因为你是女人，而是因为你没有意识到自己是女人！”



印刷工业出版社



销售女王秘籍

[日] 太田彩子◎著 白珍红◎译



印刷工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售女王秘籍/(日) 太田彩子著;白珍红译. —北京:印刷工业出版社, 2012.1
ISBN 978-7-5142-0059-1

I. 销… II. ①太… ②白… III. 销售—女性读物 IV. F713.3-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第069055号

版权合同登记号 图字: 01-2011-2470

URERU JYOSEI NO EIGYORYOKU by Ayako Ohta

Copyright © A.Ohta 2009. All rights reserved.

Originally published in Japan by NIPPON JITSUGYO PUBLISHING CO., LTD., Tokyo.

Chinese(in simplified character only)translation rights arranged with NIPPON JITSUGYO
PUBLISHING CO., LTD., Japan through CREEK & RIVER Co., Ltd. and CREEK & RIVER
SHANGHAI Co., Ltd.



销售女王秘籍

[日] 太田彩子/著 白珍红/译

责任编辑: 王彦

执行编辑: 孙琳

责任印制: 张利君

责任设计: 张羽

出版发行: 印刷工业出版社 (北京市翠微路2号 邮编: 100036)

网 址: www.keyin.cn www.pprint.cn

网 店: shop36885379.taobao.com

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京市昌平前进印刷厂

开 本: 710mm×1000mm 1/16

字 数: 100千字

印 张: 12.25

印 次: 2012年1月第1版 2012年1月第1次印刷

定 价: 29.80元

I S B N: 978-7-5142-0059-1

◆ 如发现印装质量问题请与我社发行部联系。发行部电话: 010-88275602。

前言

虽然我曾经当选为RECRUIT 公司的MVP（最有价值员工）销售女王，但是，我的销售能力并不是天生的。

我想并不是我一个人这样，所有的顶级销售其实都是这样的。

我的性格原本非常内向，话也不多。在销售生涯的初期我不止一次想过：“我不适合做销售，辞职算了。”我经常拿自己与周围的人作比较，认为：“我是不行的。”每次看到自己的成绩，我就沮丧不已。刚做销售时，我一遇到业绩斐然的男销售就会觉得因为我是女性，所以不如男销售，直想打退堂鼓。但是，这样的想法是错误的。

在如今的销售行业里，仅靠拼命三郎似的狠劲冲刺就能成功的时代早已结束了。这种方法在以前也许行得通，但现在若想成为优秀的销售，不仅需要体力，更要有出众的智慧。只要向着正确的方向前进，凭借女性气质足以提高业绩。

男女的能力其实是没有差别的，二者只是在生物学特征、天生的本能、思维方式方面具有不同的特质。以我的经验来看，女性有

天然的长处，我相信只要发挥女性的感性能力就能取得成果。女销售的时代已经来临了。

目前，我公司（Belleffect公司）正在开展面向女销售的人才培训和组织改进等工作。近半年来，我公司的咨询和委托培训业务已经增加了10倍。这说明整个社会都认同了女销售的存在价值。对于以女销售培训为使命而创业的我来说，这是一件非常值得高兴的事情。

可是另一方面，女销售身边少有同性前辈，即使想找人商量也做不到，身边也没有可以学习的榜样。在充斥着拼命三郎的世界里，女性有着诸多的不安和烦恼。我希望这本书能成为帮助女销售提升业务能力的宝典。

另外，我想这本书不仅能够为在职的女销售提供帮助，还能为提高业务能力的男销售、管理女销员的男性管理者、经营者以及希望提高女销售业务能力的人事管理人员提供帮助。我希望女销售通过这本书能获得具有自我特色的新的销售价值观，这样一来，你每天的工作一定会轻松10倍。对我来说，没有什么比尽可能地为社会多培育出美丽能干的女销售更让我高兴的事情了。

前言

CHAPTER1 训练6大感性能力
你就能成为“销售女王”

- 女性6大有助于销售的感性能力 / 3
- ☆ 一、共鸣力 做理解客户的女销售 / 5
 - ☆ 二、协作力 用“客户式思考”攻开对方心防 / 7
 - ☆ 三、亲和力 做个会撒娇的小女人 / 10
 - ☆ 四、细心度 擦亮双眼，细致周到 / 12
 - ☆ 五、母性 母性气质是销售女王的制胜法宝 / 13
 - ☆ 六、勤奋 用勤奋表现诚意 / 15

女王的心理咨询室

CASE 1. 没有可以倾诉的女前辈。 / 17

CHAPTER2 走出7大误区
拒做废柴女销售

不堪回首的惨败销售经历 / 21

废柴女销售常犯的7种错误 / 24

- ☆ 一、产品传单=产品订单？ / 25
- ☆ 二、搞好客户关系=拿订单？ / 26
- ☆ 三、推销自己=推销产品？ / 27
- ☆ 四、乖乖等着客户反馈？ / 28
- ☆ 五、像“男人婆”一样去战斗？ / 29
- ☆ 六、眼睛只盯着“好好先生”式客户？ / 30

- ☆ 七、甘做“草食”女销售？ / 31

女王的心理咨询室

CASE 2. 被迫做了销售！ / 33

CHAPTER3 迈上7级台阶 荣登“销售女王”宝座

错误销售？反其道而行之！ / 37

- ☆ 一、彻底变“产品主导”为“客户主导” / 37
- ☆ 二、公私分明，绝不感情用事 / 39
- ☆ 三、不过分自我，坚决以客户为中心 / 40
- ☆ 四、擅听弦音，勤于登门 / 41
- ☆ 五、像“谈恋爱”一样去作销售 / 42
- ☆ 六、首次会面就摸透决策人 / 44
- ☆ 七、适度强势，一锤定音 / 45

女王的心理咨询室

CASE 3. 业务因“受冷落”无疾而终。 / 47

CHAPTER4 销售女王“煲电话粥”秘籍 用声音征服客户

销售女王的电话联络诀窍 / 51

- ☆ 一、擅用以柔克刚的销售姿态 / 52
- ☆ 二、找准“关键人物”的突破能力 / 52
- ☆ 三、具备与任何人相谈甚欢的闲聊能力 / 53
- ☆ 四、悄然移走“见面屏障”的引导能力 / 53

打消对方警戒心的5大“用声”秘籍 / 55

- ☆ 一、声音“装萌”，效果奇妙 / 56
- ☆ 二、调整语速，与客户一致 / 56

- ☆ 三、饱含深情，正面突破 / 57
- ☆ 四、抑扬顿挫，传递人情味 / 57
- ☆ 五、耐心聆听，巧妙阐述 / 58

说“不好意思”不可能实现正面突破 / 61

发现“不在”“不要”“不理”中潜藏的信息 / 63

- ☆ 一、“不在”式拒绝突破法 / 63
- ☆ 二、“不要”式拒绝突破法 / 64
- ☆ 三、“不理”式拒绝突破法 / 65

让决策人打开心扉的5种聊天秘籍 / 67

用“美人计”打动人心 / 74

用“临时拜访”降低拜访障碍 / 77

上门拜访巧寻销售良机 / 80

- ☆ 一、如果还问“负责人在吗？”你OUT了 / 80
- ☆ 二、用“YES提问”锁定关键人物 / 82
- ☆ 三、如何当场获得“见面礼” / 83
- ☆ 四、用自己的激动让对方感到受宠若惊 / 84
- ☆ 五、用感性和直觉实践客户式思考 / 85

女王的心理咨询室

CASE 4. 工作与结婚、生子、育儿能够兼顾吗？ / 87

CHAPTER5 销售女王的“洽谈秘籍” 成交率直线上升

首次拜访必须遵守的5项铁律 / 91

- ☆ 一、不做“产品兜售型”销售 / 93
- ☆ 二、不要以为“好朋友=好客户” / 94

- ☆ 三、不坐等客户的指示和委托 / 95
- ☆ 四、不描绘以购买为前提的美好前景 / 95
- ☆ 五、只与“关键人物”联络 / 96

成功聆听的5项金律 / 98

- ☆ 一、用“发散”的方式获取情报 / 99
- ☆ 二、80%聆听+20%介绍=马到成功 / 101
- ☆ 三、用“5W3H”搞定关键人物 / 102
- ☆ 四、清楚客户的期待和目标 / 104
- ☆ 五、当场落实下次洽谈时间 / 104

富于情感的沟通①

与对方同步、聆听对方讲话的能力 / 106

- ☆ 一、做个有始有终的好听众 / 107
- ☆ 二、舍弃成见，客观聆听 / 108
- ☆ 三、用“YES聆听”与客户共鸣 / 108
- ☆ 四、用拿手表情表明态度 / 110
- ☆ 五、应答高手都有自己的“应答句型库” / 111
- ☆ 六、模仿客户，步调一致 / 114

富于情感的沟通②

挖掘客户潜在需求的提问能力 / 115

- ☆ 一、用“开放式提问”展开话题 / 116
- ☆ 二、由整体到局部的提问方式 / 117
- ☆ 三、用关键词作开放式提问 / 118

让对方受用的3种台词 / 120

- ☆ 一、感谢 / 121
- ☆ 二、夸赞 / 122

☆ 三、拜托 / 124

女王的心理咨询室

CASE 5. 不好意思拒绝客户的邀请。 / 126

CHAPTER 6

销售女王的“介绍秘籍” 让客户当场拍板

“3类思考法”巧做计划书 / 129

介绍产品时吸引客户注意力的3个秘诀 / 133

☆ 一、巧妙提问，探探对方的底 / 134

☆ 二、视线“Z”线交集，调动客户参与 / 134

☆ 三、肢体夸张，有利于传递热情 / 134

加冕“介绍女王”的5项修炼 / 135

☆ 一、用“YES, and”方式引起共鸣 / 136

☆ 二、坦诚相告，先抑后扬 / 137

☆ 三、用“框架效应”发动情感攻势 / 139

☆ 四、由座位发展出微妙关系 / 140

☆ 五、3次搞不定订单就放弃 / 141

比介绍方案更重要的是收尾工作 / 143

☆ 一、巧留“课后作业”作总结 / 144

☆ 二、用附加信息吸引客户 / 146

☆ 三、感激+拜托=打动对方 / 147

女王的心理咨询室

CASE 6. 总是被拒绝，所以没有干劲。 / 149

CHAPTER7

销售女王转败为胜的秘籍 明天一定会有业绩

用“失败笔记”化失败为业绩 / 153

- ☆ 一、回顾洽谈过程，预测成功率 / 154
- ☆ 二、正视失败，请教原因 / 155
- ☆ 三、立足失败，反败为胜 / 158

“回头客女王”必做的后期跟踪服务 / 160

- ☆ 一、洽谈时坚持贯彻现场主义 / 161
- ☆ 二、将拜访和联络变成工作习惯 / 162
- ☆ 三、用源源不断的新方案博取超高“回头率” / 163

销售女王要有标志性专长 / 164

- ☆ 一、成为某个领域的No.1 / 165
- ☆ 二、“业绩案例集”打造自我品牌 / 167
- ☆ 三、成为“3M”女王 / 168

用“恋爱”的思维模式制订签单计划 / 172

- ☆ 一、用逆向思维制订时间表 / 175
- ☆ 二、细致收集客户信息，细节决定胜负 / 176

女王的胜利——“坚持”和“反省” / 179

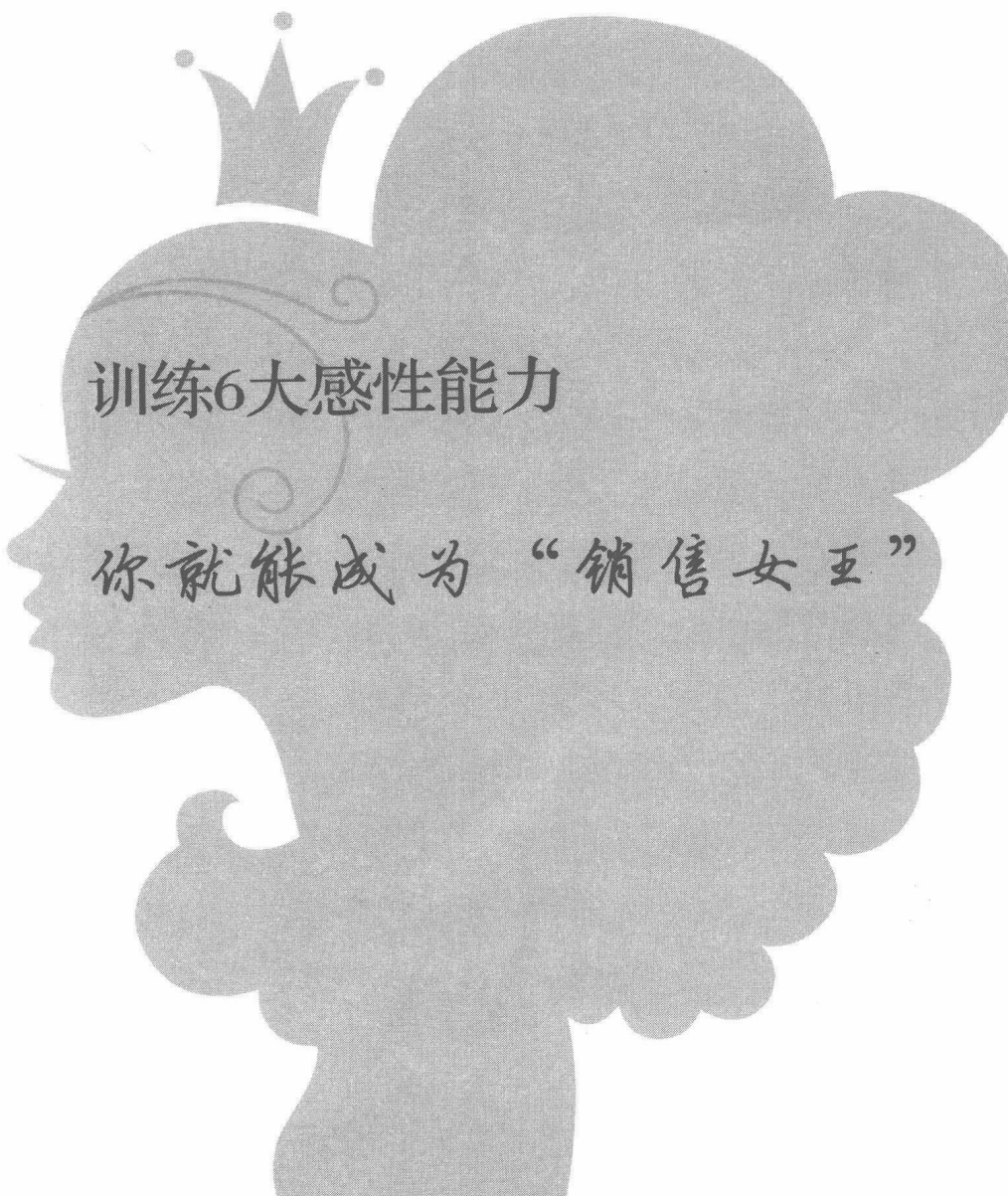
女王的心理咨询室

CASE7. 遭遇瓶颈期。 / 182

后记 / 183

CHAPTER1

第一章



训练6大感性能力

你就能成为“销售女王”



销售女王秘籍

女性6大有助于销售的感性能力

据《令人心生厌恶的推销员排名（女性）》（日本goo网站业务排名、统计时间为2008年3月）统计，在女销售的工作表现当中，最令人厌恶的是“被拒之后还纠缠不休”。不仅是女销售，男销售恐怕也有同样的情况。但是，与男销售相比，女销售无论是在语言方面还是行动方面都被视为欠缺逻辑性，更趋于感性，所以在“死缠烂打”的销售活动中，女性的表现似乎逊色于男性。与男人相比，女人更容易钻牛角尖。所以，我认为女性并不一定非要按照男性的销售方式勉强自己。女性身上纵然有上述的缺点，但她们更有“热心肠”“与人为善”“勤奋努力”等优秀的方面。经验告诉我们，**女性要想确立成功的销售形象，就要发挥优秀**



的“感性能力”，从而打动客户的心。

一般来说，女性应拥有超强的“6大感性能力”：

1. 共鸣力。与对方站在同一立场上，持以相同的情感。赢得客户的心，给人安全感。

2. 协作力。同甘共苦的精神。除了要维系业务上的关系，更要让客户觉得你是他的好朋友。

3. 亲和力。和对方成为好朋友，维持经营亲近和睦的关系，赢得对方的信任。

4. 细心度。细致周到，认真工作。
无微不至地照顾客户，发现客户的潜在需求。

5. 母性。拥有奉献精神和责任感。不仅要为客户工作，还要为自己的公司效劳。

6. 勤奋。认真负责，埋头苦干，遵守诺言。赢得客户的好评。

6大感性能力

共鸣力
协作力
亲和力
细心度
母性
勤奋

一、共鸣力 做理解客户的女销售

有一个小插曲让我对“与人产生共鸣”产生了兴趣。

以前，无论我们多么努力地去销售，总是遭到客户的拒绝。他们拒绝的理由有“不在预算之内”“已经找到合作伙伴”“总公司不同意”，等等，拒绝的理由数都数不清。

当年我做销售的时候，常照搬从书摊买回来的销售书中讲的“回击战术”，即先对客户的话给予肯定，紧接着再用否定的方式表达自己的想法，也就是所谓的“**Yes, but方式**”。但是，效果并不理想。有时，客户会对我说：“我知道你是在反驳我，但你能不能站到我的立场上想一想呢？”我当时就领悟到，**如果我无法和客户产生共鸣，无法站在客户的立场上思考问题，客户是不可能听得进我的话的。**

客户只接受能够理解他的销售。要想让客户接纳你，就要学会察言观色，挖掘隐藏在客户内心深处的想法，这一点非常重要。举个例子，如果客户唉声叹气地说：“现在经济这么不景气，有点吃不消啊……”你应该马上接话说：“真是太不容易了！”反应和表



现稍微夸张一点儿也无妨。同样的道理，如果客户用略带兴奋的语气说：“我们开始了新项目！”你就要明快地随声应答：“很期待呀！”重点是，要有比客户更激动的反应和语言。而且，不能表现得害羞。

女销售若想与客户产生共鸣，采用单边思考方式和单边说话方式是行不通的。举一个自我介绍的例子，作自我介绍时，我们可以说：“我是东京人，是培训公司的业务员。”也可以说：“我是本地人，我会根据您的喜好介绍本地美食。另外，我的专长是业务培训，可以为您在‘指导技巧’方面尽微薄之力。”这两种说法哪一种更加迎合人心呢？答案当然是后者了。

想要在立场和想法上与对方产生共鸣，就需要“事先作准备”（事先调查）。只有在了解对方的基础上，洞悉对方所想，才能避免自以为是、自命不凡导致的错误。不过也要注意，有时，过分为对方着想，会适得其反，甚至会蒙受损失。比如，有时过分满足客户的要求，结果弄得自己亏了本；或者最终导致客户改变主意，而遭到拒绝。我们始终都不能忘记：自己是个销售。