

全面提升销售素养，轻松提升销售业绩

XIAOSHOU GUANJUN
YINGGAI ZHEYANG ZUO

销售冠军 应该这样做

告诉你销售背后的学问

张超◎编著



想成为销售冠军，最快捷有效的方法就是向销售冠军学习，借鉴他们的经验。销售的日常工作是开拓市场、维护客户，但是销售冠军能把工作做得更到位，也更有效率。

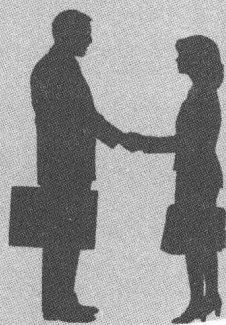


XIAOSHOU GUANJUN
YINGGAI ZHEYANG ZUO

销售冠军 应该这样做

告诉你销售背后的学问

张超◎编著



 中国纺织出版社

内 容 提 要

有的销售人员在面对客户的时候,第一句话就能够抓住客户的心、点燃客户的激情,而有的销售人员在面对客户的时候说了很多话,却没有激起客户的任何购买欲望,他们的差距到底在哪里呢?本书以轻松活泼的风格全面地讲述了在销售商品的过程中,如何正确运用销售方法和技巧,活学活用销售理论以及如何发挥自己的潜能。本书不仅是广大销售人员的必备读物,而且还可以作为企业和商品流通领域、关心商品销路的有关研究人员的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

销售冠军应该这样做 / 张超编著. —北京: 中国纺织出版社, 2012. 11

ISBN 978 - 7 - 5064 - 8885 - 3

I. ①销… II. ①张… III. ①销售—通俗读物 IV.

①F713.3 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 164871 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: 16

字数: 162 千字 定价: 32.00 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

“哦！上帝！我现在很忙，你赶快给我出去！”

你一定听出来了，这是一位生气的客户对销售员说的一句话，客户为什么会生气？

销售员做了哪些事情让客户这样生气？

销售员接下来会怎么做呢？

“亲爱的客户，请你不要生气，我马上走就是了！”

“真的不好意思啊！让您这样生气，那好，我改天再来拜访您吧！”

“我立刻就走。那我们还是把这个单子签了吧，然后我马上就出去！”

.....

面对不同的答案，你会选择哪一种呢？

产生这样问题的原因有很多。从一定意义上讲，销售是一个有序的工作，同时也是一个无序的工作，销售是一个自由的工作，也是一个不自由的工作，如果我们不能很好地把握有序和无序、自由和不自由之间的尺度，就可能遭到客户这样的拒绝。

为什么有的销售人员在这个行业中能够成功，而有的销售员付出同样多的努力，最后却什么都没得到？

这些成功的销售员到底掌握了怎样的技巧呢？他们身上有什么特点呢？……

这些问题我们将在此书中给出明确的答案。

做过销售的人都知道，销售工作的报酬基本全靠绩效，就是说你的销售业绩越好，你的报酬就越高，但是，你要得到很高的报酬绝不是一件很容易的事情，你需要系统地了解每一个环节，这就是我们说的有序。

从另一个角度讲，对于销售员来说，这个工作比较自由，在你的同事同客户洽谈的时候你可以去咖啡店喝咖啡，这绝对不会有人教训你，所以也是一份轻松的工作，但是我相信你的报酬会相当的低，这就是我们说的自由。

……

客户就是上帝，要相信上帝，他对每一个人都是公平的，有付出就会有回报，这是必然的。

为什么有的销售员在面对客户的时候，第一句话就能够俘获客户的心、点燃客户的激情？而有的销售员在面对客户的时候说了很多话，但是客户却没有购买意向，他们的差距到底在哪里呢？

也许你是一个很出色的销售员，在和客户面谈之后，你马上明白了客户需要什么样的产品，而你正好就是这种产品的供应者，但是在接下来的发展中，却让你感到非常意外，客户没有选择你的产品，这是为什么呢？

有时候你认为很了解你的客户，其实不然，你的很多想法都是与客户不相符的，只有了解了客户你才能更好地把握客户，最后很轻松地完成你们的交易，你当然必须知道用什么样的方法对待你的客户。

当你看到，你的同事的老客户为他带来了许多新客户，在那里忙着签单，你会有什么感触呢？

你肯定在想：“这个家伙到底是怎么做到的呢？为什么老客户能为他带来这么多的新客户呢？”

作为一个销售员，都会禁不住产生这样的想法，因为你看到了利益，如果你也像你的那位同事一样，你的报酬不是更高吗？

.....

要想做一个优秀的销售员，我们就要找出上面问题的答案，因为那些问题的答案是我们销售中的精髓，下面就让我们从这本书中寻找自己的财宝吧！

编著者

2012 年 6 月



目 录 CONTENTS

第一章 | 销售心态与素养

把拒绝当恋人一样去对待 / 3

你知道最高效的销售者都在做什么吗 / 10

百分之百相信你的产品 / 18

你销售的不是产品，而是你自己 / 25

不做准备，就是在准备失败 / 33

你应该让顾客笑着消费 / 41

第二章 | 开场白的强化

即便死神来了，也要敢于开口 / 49

切忌“开口便谈钱”，尽管这是你的最终目的 / 57

要让别人知道“你为什么会站在这里跟我讲话” / 65

你清楚什么是最有成效的开场白吗 / 73

说话像打靶，说在点子上最重要 / 80

第三章 | 挖掘、澄清客户需求

了解他有什么，还缺什么 / 89

他想要的，你可以给得更多 / 95

最可怕的情况是：顾客不知道自己是多么需要它 / 101

当不满达到极致时，需求也就越来越明显了 / 108

在提问中不断明确客户的需求 / 114

提问题时，不要让客户觉得你是在“侵犯”他 / 121

第四章 | 满足客户需求

让“救助方案”随着问题的深入逐渐产生 / 129

相比“掏钱买东西”，他们更愿意

“帮助解决困难” / 137

让客户知道他得到什么效益 / 144

不要过早地说出你的对策 / 152

让对方看到额外的价值 / 159

第五章 | 获得承诺签单

多问让客户说“是”的问题 / 169

谈价格就像吃面包一样 / 176

“我想事情不像你说的那么简单……”

——异议的处理 / 183

口头承诺并不等于立刻签单成交 / 190

大生意的承诺获得容易，兑现不易 / 197

第六章 | 成交与售后阶段的交接

单子签了，但销售仍未结束 / 205

“销售、售后服务、口碑”之间的循环效应 / 212

把客户当“朋友”一样，不能断了联系 / 220

一根甘蔗可以嚼很多遍 / 228

像呵护恋人那样去解决客户的疑难 / 235

参考文献 / 243

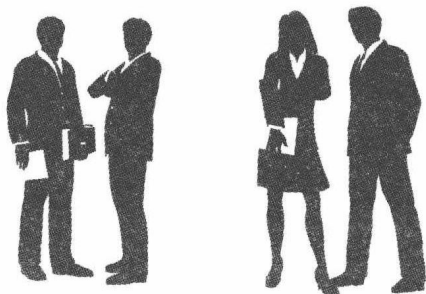
第一章

销售心态与素养

每个销售员都想把签单变成像喝下午茶一样简单，但事实上，有很多人即使无时无刻不在提高自己的销售技巧及方法，但仍然难以达到很好的效果。

于是，人们常常会抱怨：“哦，该死的，到底是哪里出了问题……”

其实，在很多时候，问题的关键并不是技巧与方法，而在于心中的一个想法，一个观念。“你必须敢于把斧子卖给总统。”这句话所传达的意思是：销售需要勇气，销售需要一种良好的心态，销售需要一种高超的职业素养。





把拒绝当恋人一样去对待

作为一名销售人员，时常会与拒绝的言词打交道，引用美国一名终生坚守于销售岗位的老资格的话就是：“我做销售员的一生啊，所遭遇的拒绝就像面包屑一样，数也数不清楚。那些顾客的拒绝就像当初我向妻子表白时妻子的拒绝一样无情，但我不怕，因为最终我娶到了这个美丽的妻子……因此我想，只要我把顾客的拒绝当成恋人那样去攻克，就没有什么攻克不了的……哈哈，不是吗？”

的确，销售可以说是所有职业中遭受拒绝最多的职业，面对10个客户，可能有8个会拒绝你，甚至是百分百地拒绝你，这就像失恋了10次那样令人难以忍受。

到此，问题就出现了：有些人面对拒绝选择了逃避、放弃，而有些人则选择了坚持。



因此，差距也就形成了：一部分坚持下来的人往往能够在拒绝中找到解决问题的快车道，最终达到预设的终点，赢得胜利。而那些选择在拒绝面前低头离开的人呢？他们永远都无法获得这样的成就感，他们永远都不知道自己错过了什么。

▶ 你在怕什么

很多销售机会之所以溜走，并不仅仅因为缺少技巧，更多的是存在心理障碍。

有些销售人员在面对顾客时常常会产生一系列心理屏障，其中害怕顾客拒绝就占到了很大一部分比重。

在此，我们把销售人员脑子里常常浮现的一些可怕问题罗列出来：

第一，“哦，上帝，如果他说‘不’，那么我该怎么办？那样的场面简直太令人尴尬了……”

这一类人往往会在产生销售行为之前便展开联想，在脑子里把所有可能遭遇的糟糕情况全罗列出来，尤其是最为直白的拒绝的场景，他们会刻画得更为清晰，越是这样，他们就越觉得那样的场面尴尬，是自己所无法应对的。于是，害怕的心理便产生了。

第二，“我不觉得他比我进化得更为高级，可是我却必须像个乞讨者一样去百般讨好，让这个‘上帝’在订单上签字。这太不公平了……我觉得我的尊严受到了伤害……”

这一类人是典型的定位错误，他们没有正视自己在销售过程中所扮演的角色，自己是销售人员，而对方是顾客，一方是卖，一方

是买，不存在对比与交集。现代企业中提倡“顾客就是上帝”，所标榜的并不是人格高低，而是一种服务理念。销售也是一种服务，要服务就要在心理上亲近顾客，不把顾客当敌人，像上帝一样去虔诚地对待，以提供最好的服务，这才是一个服务者应有的心态与素养。

第三，“我总有种犯罪感，这产品有公司所说的那么好吗？老实说……呃……我有些怀疑，所以我从来都不尝试用它，但为了卖出去，我不得不把它说得很好……我觉得我像个骗子，不是在卖产品，而是在欺诈……”

如果你有这种想法，那么你就不应该再抱着样品或是拿着样图四处跑，因为从“不敬业”的想法在你的脑中产生那一刻起，你注定不可能成为一个优秀的销售员。

作为一名优秀的销售员，首先要充分了解自己将要销售的产品，从特性到实验性成果，如果有可能，或者说条件允许的话，必须亲自尝试一下，体验一下，这样才能更加明确地向顾客表述。

另外，抛开产品本身不讲，作为一名销售员，从选择企业的那天开始，就要热爱这份工作，热爱自己的产品，就像爱自己的孩子一样。孩子在其他父母眼中可能不是最好的，但是在父母眼中却是最可爱的，因此，你必须学会站在公司的立场上去判断自己的产品，而不要仅以自己的眼光和价值观去评判自己的产品。尤其是从未尝试使用的销售人员，就更加没有资格去怀疑任何一种产品，你的这种态度只会让你的语言变得不确定，在产生负罪感的同时，发挥也会失常，顾客还会心生疑虑，那么这个订单注定是要失败的。

在此，我们需要特别强调的是：即使顾客拒绝了，我们也要笑着收场，然后再接再厉，让顾客看到作为一名销售人员的诚意与职业精神。



然而，如果你在销售之初便“害怕”了，害怕被拒绝，那么你就一定会被拒绝打败。不！确切地说，是被自己打败！

► 对待“恋人”拒绝的理由

“客户为什么会拒绝？”

“客户的拒绝是真的吗？”

要从容面对客户的拒绝，首先我们要弄清楚这两个问题。我们需要站在客户的角度去看、去想，去剖析客户为什么会拒绝我们的产品。

通常，我们会得出这样几个结论：

(1) 客户确实有需求，但已经被你的同行打动了，直白地说，就是你的客户已经与别人达成了协议，成为了别人的合作伙伴。

(2) 客户确实需要这类产品，但是他有自己所认准的一个品牌，这与其说成是一种爱好，不如说是一种癖好。

(3) 客户确实有需求，但是他对于你所推荐的产品感到陌生，因此不信任。

(4) 客户认为这个产品对于自己来说，可要，也可不要，就是说有没有这样的产品对于自己都没有太大的关系。

(5) 客户没有需求，因为已经有了这样的产品，并且从目前来说非常满意，所以他不需要新的产品。

对于销售者来说，客户明显没有需求，那就不能强逼硬攻了，但对于那些明显有需求或是有潜在需求的客户，不论他所说的话有多么不确定，我们都可能将他攻克。前提就是你要让他相信你的

产品，期待你的产品所带来的效益。

此时，也许你会说：“我常常搞不清楚那些人是否真的需要或者说不需要，他们总是说些不确定的话……呃……那些话听起来像是委婉拒绝，但又好像是真的在犹豫……”是的，在与客户的交谈中，我们常常会听到类似这样的声音：

“哦……请允许我考虑一下，也许我很快就会给你答复。”

“我想，以我目前的资金还无法给你准确答复，所以……我们不妨过段时间再谈。”

“如果可以的话，我想我需要和我的伙伴商量一下……你知道，有些时候，并不是我一个人就可以说了算的。呵呵……”

“我想关于这个产品我忙得没有时间去思考……不过，等我闲下来，我会思考一下的。”

“如果你可以在三个月后再来找我，那么我想会更好。”

“……”

这些话通常都需要我们费尽心思地去琢磨，他是真的暂时不需要，口头的承诺是善意的谎言，还是真的会慎重考虑呢？这也是作为一名销售员必须学会的一种辨别能力。我们要求证客户反对的说词，然后对症下药，攻克客户的拒绝，具体方法有如下几种：

(1) 仔细聆听客户拒绝的理由，如果你遭到了客户的拒绝，首先不要去和客户争论谁对谁错，那是很愚蠢的做法。要懂得去聆听，可以尝试着先称赞他们，避免在进一步的谈话中引起和客户的争论。比如：

“你说的也有道理，但是……”

“你说的这种情况我想我可以理解，呵呵，因为我也常为此而困



惑，不过，这种情况绝对不会发生在我们的产品上……”

“你说我们的产品……但是我想你一定有别的意思？”

(2) 利用反问，再次确认，分辨真伪。在客户提出拒绝理由之后，提出质疑，问客户这是不是唯一的理由，换个方式重新问一遍，“……是这样吗，史密斯先生？”除了这个原因之外还有没有别的原因，如果这个问题解决了是不是就可以选择我们的产品？这些问题可以最大限度地试出客户拒绝的真正理由。

(3) 拿出自己的撒手锏，让客户“是”到底。拿出你所有关于产品的荣誉，比如说，产品的国际认证，感谢信，和其他产品的对照表，充分显示产品的优势，让客户除了说“是”之外别无选择。这个时候我们要忘掉价格，给客户看成本体现产品的价值，别出心裁，给客户耳目一新的感觉。

(4) 进一步的确定，促成交易成功。在和客户谈判的过程中，有效地把握好时机，在明确了客户的拒绝理由之后，利用更加确定的语言，将准客户变成客户。比如：

“如果……你希望什么时候送货？”

“你希望什么时候开始？”

“如果……那我们什么时候签这个合同方便？”

这些问话的方式都可以进一步地确定客户拒绝理由的真伪，以及能够推进与客户达成协议。

另外，面对客户的拒绝，从“事前防范”入手是最佳的做法。下面是几种具体方法：