

管 理 技 巧 丛 书

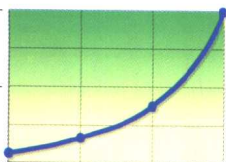
销售技巧



NEGOTIATING
PRESENTING



RESEARCHING • PERSUADING
STRATEGIES



TARGETS
FEEDBACK

MEETINGS



TECHNIQUES • SKILLS
TIPS • CLOSING



上海科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售技巧 / 赫勒著; 宋伟译. —上海: 上海科学技术出版社, 2001.12

(管理技巧丛书)

ISBN 7-5323-6399-6

I. 销... II. ①赫...②宋... III. 销售管理

IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第091067号

责任编辑 叶剑 方薇

管理技巧丛书

销售技巧

罗伯特·赫勒 著

宋伟 译

徐毅 校

上海科学技术出版社出版、发行

(上海瑞金二路450号 邮政编码 200020)

新华书店上海发行所经销 新扬印刷厂印刷

开本787×1092 1/32 印张2.25 字数50 000

2001年12月第1版 2001年12月第1次印刷

印数1-20 000 定价: 15.00元

从本书中可以学到你所需要的关于成功销售的知识，从建立自信、抓住商机到理解顾客、管理销售团队。《销售技巧》不仅介绍了如何提高你的说服能力，并且提供了完成互惠互利的双赢交易的实用技巧。书中的各种高招将帮助你解决实际问题，改善销售技能，并大大提高你进行成功交易的能力，从而协助你达到销售目标。

罗伯特·赫勒 (Robert Heller) 管理咨询业的权威。他创办了英国一流的管理类杂志《今日管理》，指导创办了《竞选》等一系列成功的杂志。其众多著作享有盛誉，包括《率真经理》、《探求欧洲人的卓越》和《文化冲击》等。

MBA058/00



管

理

技



巧

丛

书

销售技巧

11/18/06



罗伯特·赫勒 著

宋伟 译

徐毅 校



上海科学技术出版社



A DORLING KINDERSLEY BOOK

Original Title:

ESSENTIAL MANAGERS-

SELLING SUCCESSFULLY

Copyright©1999

Dorling Kindersley Limited

Text Copyright©Robert Heller

目 录

4 引言

销售准备

6 瞄准成功

8 增进自信

10 学习自我提高

12 有效组织

14 借助电子工具



应对客户

16 了解客户类型

18 搜寻客户



- 20** 调查客户
- 22** 有效交流
- 26** 提供客户服务
- 28** 令客户满意



成功销售

- 32** 制定计划
- 34** 运用AIDCA原则
- 38** 邮件交流
- 40** 使用电话
- 42** 充分利用会议

- 44** 进行演示
- 46** 商谈条款
- 50** 敲定交易

管理销售团队

- 52** 领导团队
- 54** 培训团队
- 58** 管理销售电话
- 60** 提供奖励 制定目标
- 62** 肯定成绩
- 64** 举行销售会议
- 66** 评估你的技能
- 70** 索引





引言

有效而高质量的销售几乎是所有商务活动成功的关键。无论你是一个经常与客户打交道的销售人员，还是一个销售团队的管理者，要获得最大的成绩不仅取决于你对产品的了解，更取决于你对客户的理解及掌控每一次销售活动的交际能力。《销售技巧》一书涉及了销售过程的每一方面，就正确的思考方法、如何整合我们自身的能力、理解客户需求，以及一些必备技能如表述意见和商务会谈等，都提出了许多建议。本书还包括如何管理一个销售团队的宝贵意见，介绍了101条实用技巧，最后的自我评估训练会帮助你提高自身的许多技能。



销售准备

销售是一切商业成功的基础，而成功销售的根基，则是由遵循长期原则、实践并不断提高自身关键技能铺就的。

瞄准成功

一次真正成功的销售意味着交易双方都是赢家，优秀的销售人员会令他们的客户非常满意。相反，不成功的销售人员则做不到这一点。如果客户觉得购买是划算的，他们会很高兴并乐于下次再来。

追求“双赢”

销售人员的成功并不仅仅是把东西卖出去，真正成功的“双赢”包括：

- 令你的客户感到满意；
- 为你的公司带来厚利。

客户的满意程度取决于你所提供的报价的真实程度。销售人员的业绩往往倾向于单纯地依其销售量来进行评判，但这种挂钩会产生严重的误导，比如很高的销售量可能是由于销售人员提供了过多的折扣，这样会导致公司几乎无利润可言。



销售管理人员意识到了销售利益

促进客户伙伴关系

最可能导致“双赢”关系产生的是供应商伙伴关系。许多公司的大部分或全部商务活动都与一两个供应商有着密切联系，工作紧密围绕他们开展，任何因协作而得的收益常常也由双方分享。要想和别的团体建立这样一种关系，你必须花一些时间和努力根据他们所需去寻找解决方案，还要准备好与之共享商业计划并在研发上进行合作。当双方的力量平等地趋于平衡时，伙伴关系会最大限度地发挥其功效。当买方在这种关系中占据主导时，你需要采取措施来巩固加强自己的地位；反之亦然。

销售人员同意达成互惠互利的条款

客户获得所需产品或服务



尽可能早地发现客户真正需要的是什么。

销售者确保对自己的公司有利

客户意识到自己在交易中所付出的金钱并未获得应有的价值

客户与销售者之间的关系终结

▲ 非双赢的销售

交易中追求己方利益而不顾客户利益的销售者不能在与客户长期交往的商业活动中获利。

◀ 双赢的销售

理想的销售意味着销售者可以令自己的客户满意，并得到销售管理的支持，这样商业关系才可持续下去。

增进自信

销售有时看上去很像是某种形式的对抗，这就是为什么许多销售人员把这一过程看成是困难或伤脑筋的事。如果用对成功的期望来取代对失败的恐惧，销售将会成为一种令人愉快的活动。

尽可能地与你希望开展销售业务的预期客户进行接触。



◀ 控制说话节奏

表达应该简练、清晰明了，避免因匆促或激动而口齿不清。

清晰地陈述意见

如果你觉得紧张，可能是因为你急于表达自己的销售意图。进行销售活动时应该抱有乐观的期望，用稳定的语速来传达自己的意思。谈话要清晰有力，不要急促不清。时刻观察他人的体态并适时提些与你的主题相关的问题，从中获知你的演讲是否打动了别人。任何时候都要准备放慢速度，不要惧怕听众的沉默。

评估你的自信心

以下问题请回答“是”或“否”：

- 我可以控制自己的意识。
- 我可以控制自己的感情。
- 我可以激发自己。
- 我不需要别人的赞同。
- 我遵循自己的行事准则。
- 即使事情变得很糟糕，我也不会抱怨。
- 我有高度的自尊。
- 我不依赖他人。

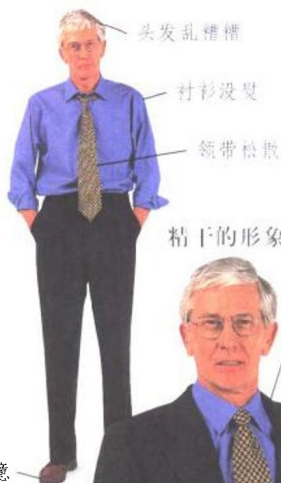
- 我不责备，而去寻找错误原因。
- 我不会忧虑将来。
- 我做事从不拖拉。
- 我从不轻易发火。
- 我会从失败中吸取教训。
- 我对待他人就像对待自己一般。

以上问题你的回答都应是肯定的。如果不全是，针对那些否定的方面进行改正，直到所有回答都肯定为止，这会为你的自信心提供一个坚实的基础。

给人留个好印象

你的衣着外表及言谈举止，对会议桌两边的人们对你的信任有着直接的影响。严谨的穿着、笔挺的西装或外套、整洁利落的发型都无不向你的客户传达着某种信息。好的站姿、直接的目光接触、强有力的握手以及优雅的风度也都会传递积极的信息，但不要过于依赖个人品性及衣着外表，而忽视了充分的准备和相关的知识。想借此掩盖自己的知识浅薄是非常不安全的，可能会彻底毁掉你为拥有自信所做出的所有努力。

邋遢的形象



精干的形象



皮鞋过于随意

3

积极采纳他人关于你外表及风度的建议。

请看这位 ▶

时刻努力保持修饰的仪表和积极的体态。

正确对待被客户拒绝

某些潜在的顾客可能不喜欢你，不喜欢你销售的产品及你的销售方式。被客户拒绝的风险是可怕的，树立自信中的第一课，就是要认识到不良的情绪是无产出的，令你无法立足的。要意识到，你如何看待自己比你认为别人如何看待你更为重要。不要对别人说“不”，但要懂得他们和你一样，也有拒绝的权利。记住，他们的拒绝并不是你的失败，只是他们自己丧失了一次机会。

4

希望别人信任你，首先要自信。

5

记录下自己讲话的内容，纠正其中的错误。

学习自我提高

优秀的销售人员都是积极提高自我的人。他们阅读书籍，利用磁带、电视及光盘等进行学习并选修课程。他们认为，只有关注个人及职业的发展提高，才会巩固自己的职业。

6

调整你的阅读和课程计划以适应特定目标。



开阔视野

职业化要求掌握职业中与理论和实践相关的深入及最新的知识。外界博大精深的各种文化、光盘型的学习课程及有关销售技能的视频材料及磁带，涵盖了所有的销售活动，这样的“知识工具箱”与产品及相关知识同等重要。商业管理书籍可以提供许多背景信息，还包括许多有关企业及个人如何成功销售的案例，因而也是极为重要的。那些案例既可以为我们提供实际可用的信息，也可以产生振奋人心的影响。

▲ 不断前进

通过阅读和学习所获得的知识是成功的基础。如果你不能比你希望建立平等商业关系的客户懂得更多，你至少应该以和他们懂得一样多为目标。

7

定期回顾所学的新知识，并不断实践你所获得的技能。



向大师学习

以下十条箴言取自美国顶尖汽车销售大师卡尔·斯维尔先生所著的《客户管理宝典》。

- 不断询问客户的需要并满足他们。
- 建立一些系统以确保你的工作一开始就每次都正确。
- 你所提供的优于你所承诺的。
- 对待客户永远只有肯定的回答。
- 授予每一位处理客户事务的员工以解决顾客不满的权利。
- 没有抱怨吗？那一定是哪儿出了问题。
- 每件事都应该有其合理的度量标准。
- 对待客户应该像对待自己的伙伴一样。
- 尊敬每个人。
- 学习最先进的经验，先模仿，再进行改进和提高。

提高能力

人类所有的能力都可以通过训练加以提高，而大部分训练都可通过自学完成。每一位销售人员都可以借此明显地提高自己的核心能力（见下图）。要努力获得每一种技能，之后再逐项加以提高。可以制定一份个人提高计划，其中包括所需时间、一份阅读清单、一份课程学习计划表，并附上希望达到的目标水准。当设定的目标达到之后，再制定出新的目标。



8

试着使用上述销售法则，看看它们是否对你适用。

9

经常和他人谈论你所学习的知识，这样可以加深记忆。

进行自学

自学如何更有效地利用时间（包括快速阅读及速记），以提高自己营销成功的机会。同时还应提高帐户管理和处理纠纷的能力，并增强记忆力和创新能力。

有效组织

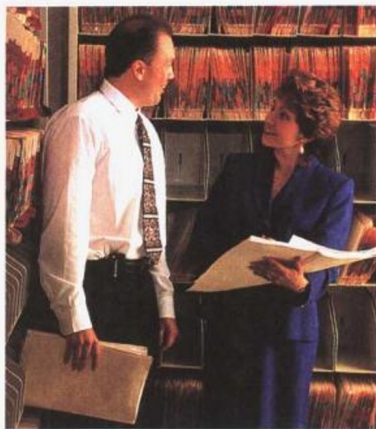
销售活动必须非常明确地切合商业目标，并需要不断制定计划以促使目标实现。合理地 对办公文件、体制规章及时间加以组织，会使得商业目标的实现更加容易和高效。

10

追踪文件工作的流程以尽量削减浪费。

削减文件工作

销售部门由于各种需要会消耗大量纸张，工作中应努力阻止这种趋向，理由有两个：首先，繁重的书面文件工作会降低销售人员的工作热情；其次，许多这类工作是不必要的。特别是宣读报告，会花去销售人员十分之一的时间，而这并不能对销售量的提高有丝毫帮助。可以通过讨论使你的公司将这种形式的工作降到最低，并尽可能使它们简单化。一种方法是将所有旧文件形式全部抛弃，只引入那些可行的文件工作方式。要记住，正确的售前计划远比售后总结经验和教训更有价值。



▲ 利用员工支持

尽可能将文件工作等事务，委交给做支持工作的职员处理，以使自己获得空闲，把精力主要放在更有用的活动上。

11

在早晨留出一段空余时间来处理一些未完成的事务。

改善系统环境

尽可能地利用计算机来取代其他形式的硬备份，以提高提交报告的速度，减少纸张的消耗，并可使得数据传送更加方便可行。不论是否实现了电脑化，都应该尽力围绕自己所需回答的问题精简文件，仅仅对那些可以帮助你提高公司绩效及优化商业后果的精确数据发生兴趣。

使用时间日志

使用时间日志是一种提高时间利用率的方法。记录下你在两到三周里的活动，并标记出你每天为此花费了多少时间，再回头来看看，你可能会因它反映出你有那么多不必要或多余的事务而吃惊。列出那些只有你自己才能完成的任务，那些你本该交付给下级人员完成的事务，以及那些根本就不需要的活动。如果后者是上级命令你去做，那就去找有关领导谈谈。时间是你最宝贵的财富，不能浪费。分析之后，就应该围绕那些只有你自己才能完成的有效率的活动，重新计划自己的时间。

时间	活动安排
9:00-9:30	仔细检查邮件、电传及电子邮件
9:30-10:00	答复所有电子邮件，包括三封个人邮件
10:00-10:30	接见一位新加入销售团队的员工
10:30-11:00	就电脑设备订购事宜与诺曼谈话
11:00-11:30	告知人力资源部门琼的怀孕休假批准事宜
11:30-12:00	同五个主要客户进行跟进电话联系
12:00-12:30	召集每周销售例会——一直延续到午饭时间
12:30-1:00	销售例会继续进行
1:00-1:30	

12 每天有每天的计划，每月有每月的计划，每年有每年的计划。

▲ 记录活动

以一小时或半小时为时段划分时间，并精确记录下你是如何使用这些时段的。使用时间日志会详尽显示出你所浪费的时间。

设立目标

文化差异

不同的国家对待时间的态度也有所不同。德国人不爱打断或轻易更改计划，法国人工作时间因午饭休息时间长而很长，英国人是欧洲工作时间最长的，而美国人则乐于严格计划自己的工作时间。

一位优秀的销售人员的计划是：每天会见四位客人，写四封信并打四个电话。类似的原则对每个人都是适用的。弄清自己每天、每月、每年究竟想完成些什么，设计出并记录这些目标，这可以使你专心工作，并确保你有足够多的时间去完成每一个目标。如果每天结束时你都会发现新的目标，就需重新思考你的时间是如何花费的。一般而言，不必要的活动总会减少你能利用的有效时间。

借助电子工具

随着电脑的发明，市场及销售也随之发展到一个新的境地，手提电脑及移动电话这两种现代设备，已成为不可或缺的销售工具。

13

使用电话、电传或电子邮件联系别人，尽量避免不必要的会见。

利用移动通信

通信技术的发展使得销售人员可以不局限于固定的场所。除了可以降低销售的日常管理费用，一个直接的优势是可以使你不必每天出入办公室。销售报告可以通过计算机网络进行，自动增加了可以利用的销售时间，当然，尽管有这种网络会谈（不管有无视频信号）的补充，面对面的会议仍是必需的，但只需在非常必要时召开。

移动电话使你可以任何场所联系客户

现代销售►

手提电脑及移动电话所带来的益处是非常广泛的，使得销售人员可以更有效地运筹时间。

带上你的电脑

手提电脑及电子记事本是销售中关键的工具。装备精良的销售人员会随身“携带”自己的办公桌及文件系统，并与中心系统保持联系。通过点击鼠标，他们可以在客户的办公室或家里解答疑问。在与客户交谈时，他们就可制定出一份潜在的定单并检查其可行性、报送及价格等问题。当生意谈成后，他们可以立即进入公司系统解决细节问题。

手提电脑可以使销售人员任何临时地点工作

