

销售艺术

—观念·服务·产品

[印度]沃尔特·E·维埃拉 著

刘桂琴 赵天堂 译



•山西人民出版社•



目 录

1. 销售是世界上最古老的职业…………… (1)
2. 不论我们的职业是什么, 我们全是销售员…………… (2)
3. 优秀的销售员须满足顾客的需要…………… (3)
4. 优秀的销售员在经济领域里举足轻重…………… (4)
5. 优秀的销售员在社会进化方面事关重大…………… (5)
6. 销售是一种要求很高的职业…………… (6)
7. 与顾客的每次会面都是一次新的挑战…………… (7)
8. 销售员需要“内在的力量”…………… (8)
9. 销售术须不断更新…………… (9)
10. 销售员是公司里的“大使”…………… (9)
11. 销售员是公司的组织支柱…………… (11)

12. 销售有理论吗…………… (12)
13. 成功销售的三大要点：热情、
 诚实和坚持…………… (13)
14. 体贴型的销售和创造性型的销
 售…………… (15)
15. 创造性型的销售员所售出的是
 …………… (17)
16. 职业销售员开始时须有计划…………… (18)
17. 职业销售员须推己及人…………… (22)
18. 职业销售员对工作地区和顾客要
 有所选择…………… (23)
19. 职业销售员还须对顾客进行分类
 …………… (24)
20. 销售员需要能识别决策者、买主
 及用户…………… (25)
21. 销售员须列出拜访名单和旅行计
 划…………… (26)
22. 应做出每日工作计划…………… (27)
23. 销售中的自我管理：当个专业销
 售员或旅行销售员…………… (28)
24. 今天的销售员是市场调查员…………… (30)
25. 销售人员须不断地研究市场…………… (30)
26. 他是所负责区域的销售预测员…………… (31)

27. 销售员须精通时间管理艺术·····	(33)
28. 销售员失败的五条共同原因·····	(35)
29. 顾客至上·····	(37)
30. 有效地使用噪音·····	(38)
31. 备好提纲还是即席演讲·····	(39)
32. 对顾客的最初影响——决定性的 前几分钟·····	(41)
33. 必须防止精力分散·····	(42)
34. 演示——成功销售的关键·····	(43)
35. 鼓动顾客购买的欲望·····	(45)
36. 永远会有反对意见——应当欢迎 这些意见·····	(47)
37. 您将采用哪类答复·····	(48)
38. 洗耳恭听的艺术·····	(51)
39. 处理反对意见的最佳时间·····	(53)
40. 对待反对意见的风度·····	(54)
41. 要让顾客说“对！”·····	(56)
42. 附加服务有害吗·····	(58)
43. 售后服务可争取到更多的销售 ·····	(60)
44. 用售后服务来建立信任，并继续 发展关系·····	(63)
45. 推销产品应注意什么·····	(64)

46. 从事推销工作是职业还是晋升阶
梯..... (66)
47. 把销售作为职业..... (68)
48. 旅行者——不是销售员..... (70)
49. 各行大师们怎样在自己的工作中
大显神通..... (75)

1 | 销售是世界上最古老的职业

销售并非一种新职业，事实上，它可以被认为是世界上最古老的职业。



在讲述亚当和夏娃出世的《圣经》开头的故事中，我们就了解到恶魔给夏娃提出吃禁果的“主意”，夏娃接受了那个主意，而且进而把那个主意向亚当做了“推销”。亚当和夏娃吃了禁果之后，上帝因他们不服从他的命令，才把他们驱逐出天国。

这个故事并不是暗示着“销售”是错误的，它只是证明销售与人类同样古老。人们一直在用物品、服务和思想进行交换，以取得某种价值，无论是现金、实物或者其他别的形式。

我们可能并没有把那个人叫做“推销员”。但是，不管现代的标签是什么，实质却是一样的。

2 | 不论我们的职业 是什么，我们全是销售员

销售员这个标签，适用于那些以销售产品或者服务为生的人。而且用得非常确切，因为在实质上，我们大家都是销售员。而且我们需要成为有本事的销售员，以便使任何职业都获得成功。

一个医生不仅仅要有医学知识，而且需要病人的信赖，他需要销售他自己。

一个律师必须有条理地、令人心悦诚服地提出自己的论点来，他在推销自己。公司经理必须说服股东，激起他们的信任，使他们听从自己，某些原始社会里，年轻小伙子们为了证明他们打猎的技术，激起信任并赢得新娘，他们就得打死一只豹子。

不管是一个小孩想要一件玩具，还是一位政治家对普遍持有怀疑态度的听众作竞选许诺，他们都是在做销售，尽管他们可能不被称为“销售员”！

3 | 优秀的销售员须满足顾客的需要

世界上有些地区，“销售员”这个词是含有贬意的，这是件令人伤心的事。有些人甚至说，能向爱斯基摩人推销电冰箱，或者能把发油推销给秃子的，才是伟大的推销员。这些话全是在贬低销售职业。

优秀的销售员能为顾客的目前需要或者将来需要服务。他并不卖，而是使顾客自己想买。就象一个好医生并不给健康人开药，要开也只是开预防药。销售人员也是以向那些将来或许需要，



但现在并不需要某种产品或服务的有潜力的顾客销售。

4 | 优秀的销售员在经济领域里举足轻重

在大多数情况下，我们没认识到，销售员在很大程度上推动着经济的车轮向前转动。他们在发展中国家和发达国家中，都在改善人们生活水平方面起着支柱的作用。

如果销售员不开拓新领域，使人们明白并使他们欣赏利益，使他们想买东西，以便过更加充实美满的生活，那么，所有的技术研究、生产水平、经济管理和个人专业都将等于零。

有时，销售术也会被误用，用于欺骗人们或者激发起购买不好商品的欲望。但是，任何职业都有被误用的可能，无论是医学、法律、工程学或者其他职业。

5 | 优秀的销售员 在社会进化方面事关重大

从以物易物时代到货币交换时代，从工业革命到现在的市场时代，在许多方面，销售员在人类社会的进化中起了关键的作用。

在以物易物阶段，一个人把货物换给另一个以大致相同价值的货物进行交换的人。这个阶段时时有问题。如一个人要卖一头母牛，所想要的却只是一双鞋，于是人类发展到了货币交换时代。从那个时代又走向工业革命。商人在工业革命时期起了很大的作用，扩大市场以满足需求，并因蒸汽机的出现而提高了生产手段。在如今的

市场时代，同类产品猛增，而顾客的鉴别能力也提高了，这样就首先得了解顾客的要求，然后再设计、生产，把产品卖给顾客。

6 | 销售是一种要求很高的职业

销售并不是一种轻松的职业，而是要求很高的职业。与大多数人的看法相反，并不是每个人

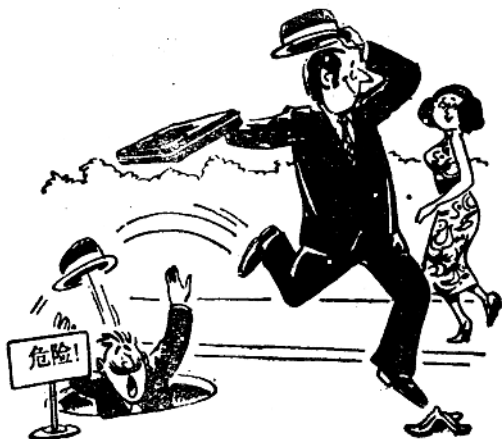


都能干销售工作，更不是那些以为销售是快速赚钱的轻巧办法、不想花费气力的人所能干的。

销售需要努力工作，没有固定时间，哪里有顾客就到哪里去，要不断学习。因为环境在不断变化，顾客的要求、态度和习惯也在变化，竞争者和竞争策略也在变化，新技术和新产品更是不断推陈出新、日新月异。

7 | 与顾客的每次会面都是一次新的挑战

销售需要有迎接新挑战的姿态。顾客不是一



次就能永久赢得的。偶尔获得的与顾客的一次订货并不意味着那个顾客能永远买你的东西。事实上，每次与顾客会面都是一次新的挑战。一个销售员每次都在与新顾客见面，一切都不能看做是一劳永逸的。

8 | 销售员需要“内在的力量”

销售要求了解产品，了解市场，了解顾客心理，要有新的想法，好的体力来作广泛的旅行，还要有灵活的头脑。但是，最重要的是需要“内在的力量”——一种每日工作完毕后，在见了那些不愿见自己的人之后，以及听了那些不愿听自己谈话的人谈话之后，或者在向那些不想买自己的货物的人做了推销之后，不感到压抑的能力。

销售员需要这种内在力量，以便从每次会面以及自己所犯的错误中学习，来改变自己的策略。他需要内在的力量，以便保证不让一次不愉快的会面破坏了这一天的其余的工作。他需要内在力量来使每天最后一次会面和第一次会面一样生气勃勃、效果良好。

9 | 销售术须不断更新

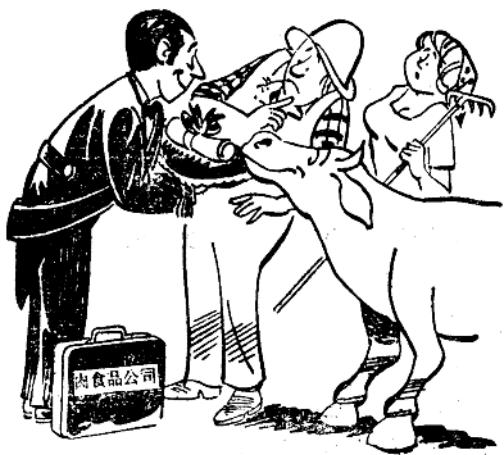
阿瑟·米勒写的《销售员之死》不仅是对英语文学的贡献，也是对销售术知识的一个贡献。那故事十分动人。说的是一个销售员，不愿为适应不断变化的环境而改变自己的工作态度和作风，他曾经是一个很成功的销售员，在经历了20年之后，终于被迫离职了。他对形势的变化视而不见，因此也未能改变自己。

推销员并没有死——他已经改变了。旧式销售员让位于新式销售员。只要商品存在，销售术也一定存在。

然而，销售术必须不断地更新，就象任何其他行业一样，必须学习新知识，树立新观念，赶上新潮流。

10 | 销售员是公司里的“大使”

顾客很少能见到公司的销售经理、市场经理或者总经理，他们也极少去观看公司的办公室、



工厂或者研究机构。唯一不断与顾客接触的人就是销售人员。在顾客眼中，销售人员就是公司。销售人员的人品和风貌反映出公司的风格和风貌。销售人员是顾客和公司之间的纽带。

在国家之间，大使是纽带。大使代表本国的利益。驻在国想讨好、抗议或者通知时就会见大使。销售人员对顾客表明其公司的特点，同时从顾客那里得到反馈，并把这种反馈传达回公司。在这些方面，销售人员所起的作用和大使完全相同。

有自信心并热衷于服务工作的销售人员是优秀的公司的一面镜子。相反，不诚实，油嘴滑

舌，没有受过严格训练的销售人员也会使顾客对其公司失去信任。

11 | 销售员是公司的组织支柱

今天的销售人员是公司的支柱。正是销售人员进行销售，产生收入，并供养着公司。假如没有销售，所有其他活动，如采购、生产、经营、财务、研究和发展等，就很难进行了。其他活动和销售相比，都是属于第二位的。

彼得·德拉克所提出的广为人们接受的原则是“公司的目的就是创造和保持顾客”。正是销售人员对此提供了信任。许多销售人员不理解这一点，更为不幸的是，许多公司也不理解这一点。有些可能理解，但由于太忙碌而未能去坚持奉行。

许多销售人员认识不到自己工作的重要性，却试图以销售工程师、医学代表、职业销售代表、销售经理或销售官员等头衔，逃避销售人员的称呼。他们都是在起着销售的基本作用，他们都是销售人员。

12 | 销售有理论吗

有的，因为一切理论都来自实践，没有孤立的理论。从苹果落地到从澡盆里排水等，所有这些都导致了各种各样理论的产生。这同样适用于销售术。根据全世界成千上万的销售人员的经验，已找出了共同标准，逐渐形成了各种理论。

