

SALES GAMES AND ACTIVITIES FOR TRAINERS

销售团队的 训练 游戏

在轻松有趣的游戏中完善你的行为

[美] 格瑞·考纳、约翰·伍兹 / Gary Connor & John Woods / 著

译者：王秀丽、刘丽娟 等

◆
销售训练游戏
最佳商业畅销书
全球已突破 **30** 万册
◆

海南出版社 Education



销售团队 的 训练游戏

在轻松有趣的活动中完善你的行为

[美] 格瑞·考讷、约翰·伍兹 / 著

王秀丽、刘丽娟、胡洪亮、解植勇、周燕 / 译

SALES GAMES
AND
ACTIVITIES FOR TRAINERS

海南出版社



Sales Games and Activities for Trainers

By Gary B. Connor & John A. Woods

Copyright © 1997 by McGraw-Hill Companies, Inc.

All rights reserved.

Original language edition published by The McGraw-Hill Companies, Inc. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simple Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and Hainan Publishing House.

本书中文简体字版由海南出版社和美国麦格劳-希尔教育(亚洲)公司合作出版。

未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有 不得翻印

版权合同登记号:图字:30-2001-127号

图书在版编目(CIP)数据

销售团队的训练游戏/[美]格瑞·考纳(Gary B. Connor) [美]约翰·伍兹(John A. Woods)著;

王秀丽等译;—海口:海南出版社,2003.8

书名原文:Sales Games and Activities for Trainers

ISBN 7-5443-1083-3

I. 销... II. ①格...②约...③王... III. 企业管理 销售管理

IV. F274

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第066698号

销售团队的训练游戏

作 者:[美]格瑞·考纳(Gary B. Connor)

[美]约翰·伍兹(John A. Woods)

译 者:王秀丽 刘丽娟 胡洪亮 解植勇 周燕

责任编辑:刘 靖

装订设计:第三工作室

责任校对:李 鹏

责任印制:李 兵

印刷装订:北京宏伟胶印厂

读者服务:杨秀美

海南出版社 出版发行

地址:海口市金盘开发区建设三横路2号

邮编:570216

电话:0898-66812776

E-mail:hnbook@263.net

经销:全国新华书店经销

出版日期:2003年10月第1版 2003年10月第1次印刷

开本:880mm×1230mm 1/32

印张:7

字数:130千字

印数:1-5000册

书号:ISBN 7-5443-1083-3/F·94

定价:18.00元

本社常年法律顾问:中国版权保护中心法律部

【版权所有,请勿翻印、转载,违者必究】

如有缺页、破损、倒装等印装质量问题,请寄回本社更换

汇款地址:海口市金盘开发区建设三横路2号,杨秀美女士收/邮编:570216

序 言

这本名为《销售团队的训练游戏》的小书，是作者经过精心设计而成的，旨在为人们提供一个广泛地学习如何富有成效地进行销售的机会。它着重强调“销售人”作为一个问题解决者和顾客伙伴的角色。它也强调团队协同工作的价值，并富有创意地思考如何充分利用公司以及其他资源满足顾客需求。

我们在书中为9种不同方面的销售技巧设计了练习：

- **时间与组织。**这一组练习主要有关时间管理、地域计划以及个人和介绍材料的组织。
 - **建立联系。**同时与公司 and 顾客建立牢固的联系是成功的关键因素之一，它要求对别人的需求和观点非常敏感。与这一专题有关的练习着力探索怎样建立、加强和应用各种关系去增加销售。
 - **提问技巧。**普通营销员和最佳销售代表之间的一个重大区别即在于他们为确定顾客需求和购买习惯而进行有成效的提问的能力不同。该组练习就是帮助发展这一项重要的技能。
 - **介绍技巧。**连通一个顾客的需求和本公司的解决方案，介绍是关键一环。该组练习培养怎样做到这一点，并帮助销售代表提高他们在这方面的技能。
 - **处理拒绝。**人们常常说，真正的销售是从拒绝开始的。本组练习的目标就是让销售者学会专业地、巧妙地处理
-

被拒绝的困境。

- **态度。**销售是一种精神活动。销售训练能够成为一种极好的催化剂，来提高道德水准，并帮助销售代表获得一种积极的态度，相信自己有能力成功地服务于他们顾客的需求。这组练习主要帮助参与者养成良好的心态，让他们更好地理解如何用积极的态度抓住每一个销售机会。
- **巩固技能。**任何新技能都必须要加强训练若干次。这一类练习就是用来帮助参与者巩固许多不同类型的技能。
- **产品知识。**这组练习主要帮助参与者留心一下当前他们对本公司产品和服务的理解程度，学习用各种别出心裁的方式向顾客解释产品，帮助顾客认识公司所提供服务的 new 用途。
- **竞争。**竞争能起什么作用？销售代表如何更好地理解自己在众多竞争者之中的位置？本组练习将帮助销售代表回答这一问题。

如何使用本书

就像在现实生活中一样，在某一方面获得的技能也可以应用到别的领域。比如说，“得到它？使用它！”这一训练，在“时间与组织”和“巩固技能”两个领域都能适用。每个游戏和练习都用每头页底部的小方格标示出其所适用的技能领域。为了选择某些游戏和练习以应用于自己的工作项目，你可以仔细浏览你所感兴趣的相关领域和内容，或者你只是把书翻阅一遍，瞧一瞧不同的游戏和练习，以便发现哪一些对你有用。

在这样一本书中，所有游戏和联系不可能都是完全原创的。虽然每种游戏和练习都以提高销售技巧为目标，但那些在其他领域也常使用游戏方法的有经验的读者，会发现书中有一

些类似的项目是为了应用于销售而被修正和更新了。我们坦诚地承认这些，并向过去若干年来致力于设计、发展这些游戏和联系的人表示感谢——因为我们从中汲取了很多想法。

最后，我们还要衷心感谢麦格劳－希尔出版公司的菲力普·拉佩尔，是他最先向我们提议写这本书的，并在写作过程中给予了大力支持。

内容目录

序 言	(1)
-----------	-------

游戏名称

奥斯卡金像奖	(1)
来自火星的顾客	(3)
迷宫里的训练	(5)
“他们从来没有注意过”	(9)
开发纵向市场	(11)
销售方式的变化	(13)
你在听我的反对意见吗?	(15)
假定身份	(17)
建立顾客的信任	(19)
顾客的节日	(22)
竞争的智力游戏	(24)
集体的挖掘活动	(26)
创立公司	(28)
顾客的抱怨	(31)
顾客的脚步	(35)
来自地狱的顾客	(37)
顾客小组	(39)
水坝的勘测	(41)
电子网络	(44)
第一印象	(46)

聚焦角色表演评论	(48)
禁止使用的语言	(50)
战胜反对意见的游戏	(52)
给予帮助和需要帮助	(55)
得到它? 利用它	(57)
处理接触性反对意见	(60)
处理反对意见的最后较量	(62)
从成功走向成功	(64)
得力教练	(67)
你的积极性如何	(69)
“我得到了,我得到了”	(71)
我知道你需要什么	(74)
我将在那个基础上增加.....	(76)
我要坚持下去	(78)
多余信息	(80)
它总会更差	(82)
领带游戏	(84)
那边有场战争	(86)
它是你的公司	(88)
专用术语聚会	(90)
只是看看,谢谢	(92)
更好地了解产品知识	(94)
向最优者学习	(96)
出售新技术	(99)
设计方法	(103)
不可能的使命	(106)
拿破仑的“白痴”	(109)
网络的力量	(111)
“远离墙”的使用	(114)
芝麻开门	(116)

橘子的领地	(118)
管理自己	(120)
贴标签组的文秘工作	(122)
伙伴还是乞丐	(124)
优秀销售员	(127)
个性化公司口号	(129)
组织的工作状态	(131)
积极进行的消极性指控	(134)
张贴难题	(136)
权力平衡	(138)
准备是关键	(140)
价格异议	(142)
产品知识的开启者	(144)
保证使顾客不安的问题	(146)
安静的环境	(148)
给提议划分等级	(150)
转交	(152)
在网络中寻找真相	(154)
像竞争对手一样销售	(156)
分享纵向市场财富	(158)
杀龙行动	(160)
你真的了解那项产品	(162)
销售的石头	(164)
在丢掉销售之前阻止我	(166)
小组接力赛	(171)
失败带来的 10 件好事	(173)
他们并不一样	(175)
墓地	(177)
交通法庭	(182)
你属于哪种卡通	(186)

还有什么比那更糟糕呢	(188)
你损失了什么	(190)
你说了什么	(192)
公文包里有什么	(195)
新闻是什么	(197)
你猜到了什么	(199)
为什么	(202)
为什么和我们做生意	(206)
你应该看到这个	(208)
公司的历史	(211)
满是问题的动物园	(213)
 关于作者	 (215)

奥斯卡金像奖

目 标

这项活动是完成一个长期训练的有趣办法，它允许每个人都可以参与进来。

程 序

1. 在课程最后一天开始时，说明在课程结束时将会有一个颁奖典礼，奖品由学院而不是导师发布。

主题包括：

- 在角色活动中的最佳综合表现。
 - 对产品的最佳说明解释。
 - 力排众议中的最佳表现。
 - 最佳的组织/时间管理意见。
 - 在角色活动中的最佳配角（如扮演顾客）。
2. 让参与者仔细斟酌思考各个领域，提交一份在某一领域中具有最佳表现的参与者名单。
 3. 在课程结束前要取得结果。
 4. 组织参与者模拟真实的金像奖典礼，如颁奖、撕开信

态度

巩固技能

封等程序。

讨论要点

- 最要强调的是，参与者应该思考所用到的材料以及为什么被提名的候选人是最优秀的。

材料需求

信封和提名表

时间限制

根据奖项的数量确定

游戏心得

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100.

态度

巩固技能

来自火星的顾客

目 标

设计这项活动的目的是使参与者注意他们所拥有的可自行处置的礼品，并且创造性地共享在使用过程中产生的思想。

程 序

1. 向班级做如下说明：

“我们的公司刚刚和来自火星的外星人取得联系，他们表示对我们的产品很感兴趣，并且想看看介绍。现在，他们所有的飞行器都停止使用，但是生物运输器工作正常。生物运输器会自动把你从地球转移到火星上。现在只剩下一个问题：你将被允许只携带一个小册子或证明。”

2. 让全班思考：他们将带什么去完成任务，他们为什么做这样的选择，他们将做什么。

讨论要点

- 讨论我们平常怎样用材料迎得顾客的好感。

时间与
组织

介绍技巧

- 说明过多的材料和信息在大多数情况下会导致顾客产生疑问。

材料需求

无

时间限制

根据班级的大小确定

游戏心得

时间与
组织

介绍技巧

迷宫里的训练

目 标

这项活动在两个方面有用处：第一，给销售代表一个关于他们的经理在训练过程中所遇到的挑战的评定；第二，对于那些新雇的推销员来说，现在的销售代表可以担任顾问，这也是一项开放式的活动。

程 序

1. 分发迷宫图。
2. 把全班两两分成若干对，其中一人担任“导游”，另一个人扮演“抄写员”。
3. 导游站在抄写员的后面，告诉他或她哪儿画线才能从迷宫的外面走进中间的“销售”地带（只要对你的产品有利，在中间的这个方块上，什么都可以画）。
4. 抄写员要被蒙上或闭上眼睛。
5. 限制 3 分钟的时间，努力对到达中间的第一组制造许多压力，可以通过给第一组奖励或根据正常的速度宣布时间的方式达到这个目的。

讨论要点

- 讨论导游的感受，注意这样的答案：

建立联系

提问技巧

态度

巩固技能

“令人沮丧，因为他或她不能把线画直。”

“他或她不能精确地按照我所说的去做。”

- 问抄写员的感受，同样需要注意这样的答案：

“我已经尽全力了。”

“我真不应该大喊大叫。”

- 讨论经理们在训练销售代表的过程中所遭受的挫折，把这些评论和上面讨论中收集到的意见联系起来。
- 最后，讨论销售代表能更公开地与他们的经理交流的步骤。

材料需求

迷宫图的复印件

时间限制

10 分钟

游戏心得

建立联系

提问技巧

态度

巩固技能

迷宫里的训练

入口

