

世界500强企业销售培训教程

销售人员 专业技能训练

全国十大杰出培训师
实战派销售专家

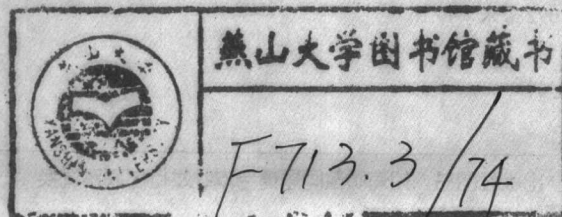
刘敏兴编著

世界500强企业销售培训教程

销售人员 专业技能训练

全国十大杰出培训师
实战派销售专家

刘敏兴编著



05
10
01



0605526

出版社

-30

图书在版编目(CIP)数据

销售人员专业技能训练 / 刘敏兴编著. —北京:
中国社会科学出版社, 2003.7
(时代光华培训书系)
ISBN 7-5004-3976-8

I. 销...
II. 刘...
III. 销售学
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 050564 号

责任编辑 任风彦
责任校对 时光
装帧设计 海洋

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010-84029453 传 真 010-64030272

网 址 <http://www.csspw.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京市云西华都印刷厂

版 次 2003 年 7 月第 1 版 印 次 2003 年 7 月第 1 次印刷

开 本 787 × 1092 毫米 1/16

印 张 13.5

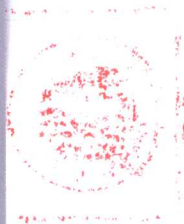
字 数 172 千字

定 价 25.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究



刘敏兴，实战派销售专家，曾创下台湾多项销售冠军记录。美国康乃狄克州大学经济统计学硕士，2002年全国十大杰出培训师，TMA国际系统训练创办人兼首席训练师，曾任中华企管网副总裁，台湾金克拉训练行销总监、美国SMI训练课程经销推广总监，美国商业银行及美国花旗银行在台分公司、台湾汉特集团、先进环保集团、国泰人寿等多家企业特约训练顾问，香港世界通集团CIS导入总策划。现任北京知讯力企管咨询公司总经理。



时代光华管理课程
时代光华培训书系 **专家委员会**

主 任 成思危
副 主 任 唐铁汉 保育钧 潘承烈 温元凯 高建华
委 员 孙钱章 邵 逸 柴寿钢 张 德 朱立言
总 顾 问 袁宝华

时代光华培训书系编委会

主 编 孙卫珏 张春林
执行主编 文 钊 胡圣云
编 委 陈 彪 杨建斌 陈 红 牟津浦 王建敏
 谢 强 毕行之 李晏兵 高 杰 江 南
 陈 宇 于进松 马成威 郭 颖 谭志文

致读者

朋友，如果您是管理者或者是在职场有所作为的人士，如果您是人力资源经理或者是培训经理，我们很高兴能与您交流，感谢您对本书的关注。

我们正置身于一个急剧变革的时代，面对激烈的职场竞争与市场竞争，管理者个人及其组织要想生存、发展，进而求得事业的成功，必须建立持久的竞争优势。

而管理者个人及其组织唯一持久的竞争优势便是比竞争对手学习得更快的能力。因而，在新世纪，在知识经济的新时代，管理者个人及其组织所面临的主要问题便是学习问题。

鉴于目前国内充斥于市的经管类书籍良莠不齐，优劣难辨，而现场培训课程受时间、地点等诸多限制且费用高昂，为解决管理者及其组织学习培训的难题，时代光华公司作为教育培训服务的专业提供商，在与中华全国工商业联合会、中国企业联合会等战略合作机构联合推出“时代光华管理课程”系列多媒体产品的同时，隆重推出“时代光华培训书系”，为广大企业客户和个人读者提供更多的选择与优质、便利的服务。

“时代光华培训书系”立足中国发展现状与管理实践，整合国内外优质培训学习资源，专为中国管理者个人发展提升和企业组织培训量身订制。该书系具有以下几大特色：

一、高效实用的培训内容：一般经管类图书侧重理论知识，本书系则紧扣管理实务，注重实战技能的传授与演练，强调互动与实践，让读者边学边练，即学即用，步步提升，收益显著。

二、轻松愉快的阅读体验：不同于一般经管类图书的繁复论述，本书系力求语言简明通俗，内容设计尽可能做到互动化、人性化；传授知识与技能强调要点化、步骤化、图表化，间以精彩的案例分析、生动的小故事与小漫画，版式疏朗有致，让您感到学习不再是被动的劳役，而成为主动参与、乐在其中的享受。

三、海内外一流的培训专家，超强的作者阵容：本书系编著者或主讲老师均为来自世界著名跨国公司的高层经理、培训经理及知名管理专家，价值上千元的培训课程之精彩内容尽都囊入一册书中，花费不多却可分享世界 500 强企业的管理培训精华。

四、系统全面的管理培训教材体系：本书系内容涵盖企业管理的各个层级与不同的专业领域，具有相对规范、成熟的编写体例，立志于为我国职业经理培训认证及员工职业化培训提供切实可行、行之有效的教材。

时代光华培训书系作为职业发展培训教材具有与一般图书不同的特点，为了使您对本书系的学习获得实实在在的收益，使您的学习效果最大化，建议您采取如下方法进行学习：

一、结合实际，有针对性地学习：为了便于您结合自身状况以及您所在组织的现状，有针对性地、有重点地学习，我们在每本书前均设计了相关的测试题，用以检测评估您在本书所涉及的相关领域的现状，进而从中发现您或您的组织学习、发展的领域，并进一步有针对性地确定您的学习重点。因此我们建议您在正式学习本书前先认真做相关测试题，并分析评估您的现状，再结合学习目标与每章重点，有针对性地进行学习。

二、高度重视互动练习：我们借鉴国际知名管理培训教材的做法，在每本书中均安排了大量的互动练习，其目的是为了不断实现目标知识点、技能点与您或您所在组织的现状作对照，从中找到差距，进而通过学习、通过制订改善提高的行动计划，缩小差距，最终消除差距，实现组织行为的完善与个人素质技能的提高。

因此，我们希望您尽量按书中提示，认真做相关的互动练习，使您在单位学习时间内取得尽可能大的学习效果。

三、把每本书当作您的行动手册：知道不如做到。我们根据书中传授的知识与技能要点并结合管理工作的实际需要，在每本书中设计了一系列学以致用用的工具表单，我们期望借此能有效地促使您将您的所知简便地转换成您的行动，从而在短期内取得量化的、可见的改变。

我们建议您认真填写这些实用的管理工具表单并付诸行动，我们期望您由此发现卓越的管理可以经由学习训练而达成，由此体验到管理培训的价值和我们的培训书系对您的价值。

四、把每本书当作备忘录：我们希望您的学习是结合工作实际的，不间断的。当您在现实工作中遇到了某些问题需要处理，但对如何处理没有把握时，请把本书系的相关教材当作您的备忘录，查阅相关知识点、技能点，进而寻求工作指南。

最后需要说明的是，由于各种因素的限制，本书系的编撰一定还存在不少缺陷与不足。如果您有建议与批评，请及时与我们联系，谢谢您帮助我们改进与提高。如果您觉得有所收获，请转告您的朋友和同事，与大家一起分享。

知识改变命运，学习成就未来。愿时代光华培训书系伴随您一路走向成功，走向辉煌！

时代光华培训书系编委会

2003年6月

总自检

请结合下列各项，为你的销售素质打分（每项最高 10 分，最低 0 分），并举例说明你所给分数的理由：

1. 积极的心理态度，良好的仪表、举止。 ☐ 分

举例： _____

2. 人际关系及同仁喜欢的程度。 ☐ 分

举例： _____

3. 对产品的认识与了解。 ☐ 分

举例： _____

4. 开发客户的能力。 ☐ 分

举例： _____

5. 接触客户的技巧。 ☐ 分

举例： _____

6. 介绍产品的技巧。 ☐ 分

举例： _____

7. 处理异议的技巧。 ☐ 分

举例： _____

8. 结束销售的技巧。 ☐ 分

举例： _____

9. 客户服务及管理的能力。 ☐ 分

举例： _____

10. 收款的能力。 ☐ 分

举例： _____

如果你的打分在 90 分以上，恭喜你！如果在 70—90 之间，要继续努力啊！
如果低于 70 分，那么你真的应该好好努力了！

不管你的得分是多少，都希望你能够通过学习本书获得收益，为你成为顶尖的销售高手奠定更加坚实的基础。

目 录

第 1 章 销售的基本认知 1

- 社会演进对销售的影响 2
- 销售的基本概念 3
- 销售人员必须知道的三件事 10
- 建立新的销售模式 12
 - 销售的旧观念与销售的新模式 12
 - 三种销售模式 14
 - 如何建立销售的新模式 16
- 销售人员的 80/20 法则 17
- E - mail 销售的黄金法则 19

第 2 章 销售人员的个人发展 23

- 积极的心态 25
 - 态度与性格 25
 - 改变外在之前应先改变内在 26



追求成长的自我概念	27
克服影响销售业绩进展的心理障碍	27
销售的心理定律	29
培养心理健康素质	31
度过低潮的妙诀	33
提升个人魅力	34
个人能力	35
P-D-C-A管理循环	36
K-A-S-H个人成长	37
受人爱戴的最好方法	37
学会把自己推销出去	39
如何吸引客户	39
怎样试探客户心意	39
如何巧妙地将自己推销出去	40

第3章 销售人员如何全面提升个人修养 45

销售人员如何做好自我管理	47
销售人员如何做好目标管理	49
制定目标给你带来的好处	49
设定目标的指导原则	51
书面目标的重要性	52
目标管理细则	53
销售人员如何做好时间管理	55
学会充分利用时间	55
如何制定一天的行程表	56
避免业务时间浪费的方法	57
创造时间的良好人脉及道具	59

第 4 章 销售的前奏：准备	63
销售准备	64
市场调查	67
销售预测	72
第 5 章 如何寻找与开发客户	75
如何寻找潜在的客户	76
如何筛选准客户	78
如何开发客户	81
研究客户购买的原因	81
掌握开发客户的基本要点	82
建立亲情型客户关系	84
第 6 章 如何接近客户	87
接近前的准备	88
接近的方法	89
接近客户的要领	91
第 7 章 如何系统介绍与展示产品	101
如何进行产品说明	102
何谓产品说明	102
产品说明的技巧	104
如何进行产品展示	110
何谓产品展示	110
展示的优势	111
展示的准则	111



展示的忌讳	112
展示的类型	112
展示前的准备	112
展示说明的要点	112
展示的技巧	113
展示话语的撰写	115
如何系统地介绍产品与服务	117
系统介绍产品实例	121

第8章 如何处理客户异议 129

何谓客户异议	130
客户异议产生的原因	133
处理异议的原则	135
处理异议的技巧	136
处理客户异议的一般性方法	136
处理客户异议的八大技巧	140
如何处理客户的价格异议	142

第9章 如何建议客户购买 145

建议客户购买的前提——建立亲和感	146
建立亲和感的重要性	146
如何建立亲和感	147
提供建议的方法	149
掌握客户购买动机	149
迎合购买者	150
口头建议	151
书面建议	152

第 10 章 如何促成交易与缔结 157

- 如何达成协议 158
 - 克服达成协议的障碍 158
 - 把握达成协议的信号与准则 160
 - 掌握促成协议的技巧 161
- 缔结的方法与艺术 166
 - 积极热忱是胜利的关键 166
 - 把握成交时机 166
 - 有效缔结的技巧 167

第 11 章 如何做好售后服务 177

- 售后服务的原则 178
- 掌握发出感谢函的恰当时机 180
- 进行售后访问 182
- 正确处理客户投诉 184
- 将客户组织化 186

第 12 章 如何回收账款 189

- 回收账款才是销售工作的结束 190
- 预防拖延付款的方法 191
- 回收账款的方法 193
- 处理呆账的方法 195

第 1 章

销售的基本认知

本章重点



社会演进对销售的影响

销售的基本概念

销售人员必须知道的三件事

建立新的销售模式

销售人员的 80/20 法则

E-mail 销售的黄金法则



时代、市场、客户需求都在以加速度飞快地变化着，正因如此，使企业保持高效能的竞争优势就显得比以往任何时候都更为迫切。而对于工作在一线的销售人员来说，几乎每一刻都会想到这样一些问题：

- ◆ 如何提升我们的业绩？
- ◆ 如何卖得更好、更快而又更轻松？
- ◆ 如何能拜访更多的客户？
- ◆ 如何顺利地约见潜在的客户？
- ◆ 如何顺利地将产品介绍给客户？
- ◆ 如何快速地识别客户的真正需求？
- ◆ 如何处理客户的异议并快速地取得订单？
- ◆ 如何快速地使自己工作得更出色，并在销售领域表现得出类拔萃？

如果你也是一名销售人员，也有这样的疑问，就让我们共同认识销售方面的问题、学习销售的技巧吧。

销售箴言

销售高手是训练出来的！

社会演进对销售的影响

当今社会正经历着以数字和网络化为主要特征的科技革命，以科技革命为基础的知识经济对消费的需求、产品价格、营销管理和从事销售工作的人而言，都将产生极为深刻的影响。

知识经济改变了整个社会状态。人们的思考方式发生了巨大的变化，对商品的需求也逐渐向个性化方向发展。知识经济给产品的外延及内涵都赋予了新的意见，以信息技术为核心的知识经济也必然伴随着技术发展日新月异，这使得产品的设计、开发及使用周期都日益缩短，因而要求企业快速地开发新产品，并将其投放市场。同时，产品使用周期的缩短及不断地推陈出新，也对价格产生了影响。

传统的分销方式主要是通过中间商和最后的销售者，而现在网上交易逐渐地频繁起来，无论是销售人员还是企业都应对此有深刻的认识。现代的分销方式对企业营销也产生了很大的影响，传统的营销管理模式受到地理位置和时间的约束，实行的是所谓松散型的管理。面对新科技革命及其产生的巨大挑战，面对以信息产业和高科技产业为依托的知识经济，企业必须进行营销创新。要适应现代社会的发展，营销创新就要从三个层面上展开，即：营销观念、制度和管理三方面创新。过去的营销是先有了客户的虚求，企业再生产出产品并把产品卖到消费者手上，从而满足客户的这一需求。而现代社会机制的改变，要求我们不仅要去满足客户既有的需求，而且要去创造客户的需求，这是时代所要求的全新的营销理念。

销售的基本概念

◆ 销售的含义

销售就是销售代表运用专业的销售技巧将产品卖出并保持不间断客户服务的过程。它主要包含以下要点：