

Sales Skills



销售市场



销售与销售管理系列

联袂奉献

随书赠送
《发现你的销售力量》
文摘

快速消费品销售技能训练

持续 27 周
打造顶级销售行动力

□ 成功的销售人员并不一定是掌握最多销售技能的人，但他一定是具有良好工作习惯的人。这种情况在快速消费品销售行业显得更加明显。

□ 对于多数销售人员来说，要了解一种销售技能总是非常容易的事情，然而，要培养一种销售习惯却非常难。一种销售习惯的形成，往往需要销售人员花费很长的实践时间，并且在习惯形成的过程中需要克服许多外在的诱惑。

● 宋辉 编著

□ 本书的目的正是希望通过理论与实践相结合的方式，帮助销售人员培养成功的销售习惯。只要你能够严格按照本书的要求，27周以后你必将成为销售人员的典范。



企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

PILOT 派力营销思想库
Pilot Marketing Think Bank

中国营销经理人的工具箱
Tool Bank for Chinese Marketing Managers

销售与销售管理系列
主编：屈云波

快速消费品销售技能训练

宋辉 编著

企业管理出版社

M4738(01)

图书在版编目(CIP)数据

快速消费品销售技能训练/ 宋辉 编著 —北京:企业管理出版社,2003.11

ISBN 7-80147-974-2

I.快… II.宋… III.日用品-销售-方法

IV.F724.789

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 106023 号

书 名:快速消费品销售技能训练

作 者:宋辉 编著

责任编辑:刘景山 技术编辑:袁力

标准书号:ISBN 7-80147-974-2/F·972

出版发行:企业管理出版社

地 址:北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编:100044

网 址:<http://www.ccc-ccda.org.cn/cbs>

电 话:出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱:editorOem@163.net

salesOem@peoplespace.net

印 刷:北京朝阳印刷厂印刷

经 销:新华书店

规 格:787 毫米×990 毫米 16 开本 9.375 印张 108 千字

版 次:2004 年 1 月第 1 版 2004 年 1 月第 1 次印刷

印 数:1-5000 册

定 价:20.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

序 训练你的销售习惯

培养成功的销售习惯

在阅读本书之前，我们必须先了解这样的道理：成功的销售人员并不一定是掌握最多销售技能的人，但他一定是具有良好工作习惯的人。这种情况在快速消费品销售行业显得更加明显。

对于多数销售人员来说，要了解一种销售技能总是非常容易的事情，然而，要培养一种销售习惯却非常难。一种销售习惯的形成，往往需要销售人员花费很长的实践时间，并且在习惯形成的过程中需要克服许多外在的诱惑。

本书的目的正是希望通过理论与实践相结合的方式，帮助销售人员培养成功的销售习惯。

因此，读者在阅读本书前，首先必须询问自己选择本书的动机。如果你阅读本书是希望能够寻找到一两条帮助你成功的“金科玉律”，那么你一定失望的，因为对你来说，本书中的每一个技能你都必须付出刻苦的努力才能够掌握。如果你希望通过本书培养成功的工作习惯的话，那么只要你能严格按照本书的要求，27周以后你必将成为销售人员的典范。

实践的重要作用

销售是一项实践性非常强的工作，因此，实践在培养成功销售习惯的过程中发挥着不可替代的重要作用。

读者在阅读了销售技能的有关理论知识后，必须通过反复的工作实践才能真正掌握这些技能，体会销售技能的实际效用，并将它逐步转化成自己的销售习惯。

本书每节后面的一周行动计划表正是读者用以编制实践计划的工具。读者必须认真使用这个工具，否则走马观花式地阅读一两遍，对于销售习惯的培养毫无益处。

坚持记录心得

销售人员在每天工作结束后，一定要克服身体的疲劳，用5分钟的时间回顾当日的工作状况，并及时记录自己的体会。

这是你在系统培养销售习惯过程中的亲身体验，可以集中反映你的心理变化状况，并且系统记录的内容对于分析影响习惯培养的根本原因、解决培养动力等问题帮助巨大。

本书每节后面的一周成功记录表中，每日体会以及每周心得两个部分就是读者用以记录工作心得的部分。

本书的主要结构

本书按照销售技能的不同，将销售人员的 26 项技能划分为 6 章。

关于自我推销方面的书籍非常多，因此，在本书中，第一章并不是重点内容，读者有兴趣可以选择一些励志性的书籍强化训练。本书的重点在于第三、四、五章，这是针对快速消费品的销售特点专门编写的内容。

学习的要求

读者在阅读本书时一定要克服急于求成的心理，按照本书的节奏逐步提高销售技能。有研究表明，销售人员在培养新的销售技能时具有以下特点：

1. 销售人员每次学习的时间最长不能超过一个小时，否则学习内容的增加不但不能够帮助销售人员提高，反而会导致学习效率的负增长。
2. 销售人员要初步掌握一项销售技能至少需要一周的实践时间。
3. 销售人员在学习某一项销售技能时最多只能有 4 个人同时学习。

不断积累的重要作用

在逐项培养工作习惯时，一定要注意销售技能的不断积累。也就是说，读者在培养一项新技能的同时，不能放弃对已学习技能的重视。例如，当读者开始第三章中第三节的实践时，必须同时关注第三节以前的所有技能实践。这就是说，除第一节外，每一节的工作实践中，事实上必须至少包括两项技能的实践。

计划的重要作用

就销售技能而言，计划本身就是销售人员应当掌握的一项基本技能。销售人员制定计划的作用不仅仅在于预先确定行动的目标，以及业绩考核的参照标准，而且还在于对于目标达成过程的分析、思考和选择。

本书中的计划包括周计划和日计划两种类型。销售人员在制订这两种计划时必须注意以下要求：

1. 计划目标必须尽可能量化，以提高对于目标达成状况的评估水平。
2. 计划目标必须具有一定的挑战性，同时必须在销售人员拥有资源的最大可能结果的范围之内。
3. 应尽可能分解计划的实现过程，以利于分析每一步的实现水平。

保持积极上进的心态

最后，读者还需要保持积极向上的心态，要相信自己一定能够成为成功的销售人员，一定能够系统培养成功的销售习惯。

只要你能严格按照本书的要求，27周以后你必将成为销售人员的典范。

作者简介/宋辉

市场营销的实践者。

国有及外资快速消费品企业市场营销一线近十年的实际操作经历。

同时具备销售实践、品牌发展、渠道管理、销售培训、网络建设、客户服务等多方面的营销知识和实践经验。

近年已在《销售与市场》等期刊发表文章十多篇。

现仍就职于某世界顶级快速消费品企业系统。

「推荐书目」



训练销售精英

一本能够立即付诸实践的自训教程

定价：39.80元



提问销售法

双倍提升你的销售绩效

定价：28.80元



销售巨人①理论篇

针对大生意的销售模式和技巧

第一次被引进中国

定价：25.00元



销售巨人②实践篇

一本让大订单销售战略

——SPIN在你身上立竿见影的训练手册

定价：22.00元



卓越推销

杰出推销员八大实战法则

定价：20.00元



以顾客为中心的销售

施乐公司经典销售培训教材

定价：27.70元



派力营销培训学院
中国营销经理人的黄埔军校

一、派力营销多媒体培训课程

课程特点: 采用国内首创的电视情景剧式表现方式

针对人群: 面对基层销售与服务员工的培训工具

第一批共六个课程, 三种版本:

个人版 (纸面教材 + VCD + CD-ROM单机版)

企业版 (纸面教材 + DVD + CD-ROM网络版)

教育版 (纸面教材 + DVD + CD-ROM网络版 + 授权使用协议)

六个课程名称:

1. 《面对零售大客户的销售技巧》
2. 《专业销售技巧 I - 面对消费品行业》
3. 《专业销售技巧 II - 面对工业品行业》
4. 《售后服务技巧》
5. 《营销人员与服务技巧》
6. 《餐饮服务技巧》

二、企业内训课程 (10年历史)

课程特点: 针对企业的个性化需求设计课程, 并派出合适的讲师

课程范围: 涵盖市场营销的各个职能要素、管理环节和各类岗位

行业范围: 主要面对消费品行业、工业品行业和服务行业

三、面对面中短期培训

1. 市场调研人员
2. 市场营销人员
3. 销售及销售管理人员
4. 营销传播人员
5. 销售行政人员
6. 售后服务人员
7. 物流管理人员
8. IT管理人员

通讯地址: 北京市朝阳区朝外大街22号泛利大厦1612、1602室
(100020)

北京派力营销管理咨询有限公司

电话: 8610-65889982/65887818

传真: 8610-65886370/65886372

电邮: training@teampilot.com

网址: www.teampilot.com

目录 Contents

序 训练你的销售习惯	(1)
第一章 自我推销	(1)
第一节 职业的形象	(2)
第二节 专业的素质和品质	(7)
第二章 基础技能	(11)
第一节 客户的选择与开发	(12)
第二节 计划性拜访	(16)
第三节 时间管理	(20)
第三章 生动陈列	(25)
第一节 户内外广告	(26)
第二节 产品系列	(30)
第三节 价格标识	(33)
第四节 产品陈列	(36)
第五节 生动的场地及设备	(40)
第四章 拜访前准备	(45)
第一节 个人及销售工具的准备	(46)
第二节 客户资料卡	(50)
第三节 库存管理	(55)
第四节 货龄管理	(59)
第五节 销售统计	(63)
第六节 了解市场信息及竞争对手资料	(67)
第五章 客户拜访	(71)
第一节 向客户打招呼	(72)
第二节 了解客户需求	(77)
第三节 产品推荐	(83)

第四节	异议处理	(87)
第五节	利益说服	(91)
第六节	贷款及信用管理	(95)
第七节	获得拜访结果	(100)
第八节	确认拜访结果	(104)
第九节	感谢客户	(108)
第六章	客户满意度	(111)
第一节	影响客户满意度的因素	(112)
第二节	提高客户满意度的方法	(112)
第三节	挖掘客户问题的方法	(112)
第四节	客户满意度调整	(112)
第五节	应当注意的内容	(113)
附录 1	基本销售技巧:销售推进与跟踪	(117)
附录 2	通过提问控制销售过程	(129)

第一章 自我推销



自我推销就是销售人员向客户展示自我，获取认同的工作过程。自我推销能力是销售人员必须具备的最基本的工作能力之一，因为，销售是一项以人际沟通为基础的工作，每一次销售实践必定先从销售人员的自我推销开始。

影响销售人员自我推销能力的具体因素有很多，概括起来可以分为两类：外在形象、内在素质及其品质。

第一节 职业的形象

职业的形象就是指销售人员的个人形象具有鲜明的特点，能够体现工作性质。

个人形象是销售人员留给客户最初的和最直接的印象。个人形象的好坏直接影响着客户对于销售人员的接受程度。树立职业的个人形象是销售人员自我推销的第一步。

职业的销售人员形象有三方面要求：标准的个人仪表、专业的社交礼仪、得体的个人举止。

(一) 标准的个人仪表

个人仪表指的就是销售人员的仪容以及穿着。标准的个人仪表要求销售人员的个人仪表既能够适应工作要求，满足相关规定，同时又能够反映企业精神，代表企业形象。

1. 个人仪容

不同的产品类型、不同的企业文化对销售人员仪容的标准不同。以上表格用以帮助销售人员培养标准的个人仪容。

个人仪容对照表

销售人员姓名：

	编号	项目	公司标准	一	二	三	四	五	六	日	差距描述及原因分析
生 理 状 况	1	发型									
	2	手指甲									
	3	手									
	4	面孔									
	5	眼睛									
	6	耳朵									
辅 助 物 品	1	手套									
	2	脚套									
	3	口罩									

注：请每日上班前检查每一页。符合标准打“√”，不符合打“×”。

2. 穿着

穿着包括服装、鞋、袜、饰品等的选择和搭配。销售人员在穿着方面应当掌握的基本原则主要有以下四个方面：

(1) 公司有统一制服的，销售人员必须穿着制服工作。没有制服，销售人员在选择服装时要注意服饰的合理搭配，同时还要注意选择与工作性质相符合的服装。这一点常常被人们忽视。例如一个饮料企业规定销售人员需要独立负责订单的获取以及产品的运送。该企业的销售人员在选择工作服装时应当首先考虑的是工作方便，而不是美观，因此，高档西服显然不应当成为他们的首选服装。

(2) 选择服饰时还需要考虑到目标客户的工作性质和社会地位。销售人员应当尽可能地选择与其地位相一致的服饰，提高客户的认同程度。例如通常状况下，快速消费品的销售人员在拜访普通批发客户时应当穿着相对休闲的服饰，以免双方交流时过于拘束。然而，在拜访具有较高社会地位的人，如外企高层，则需要穿着职业套装，最常见的就是高档西服。

(3) 保持服装的整洁是销售人员必须把握的基本原则。

(4) 女士还要需要注意使用合适的饰物，并保持适度的化妆。

礼仪项目	基本常识
进门的礼仪	1. 先敲门，即使客户的门是敞开的。
	2. 进门时必须充满自信，与人有眼神的接触。
	3. 注意同时进门时应当让上司、女士先行。
握手的方式	1. 与他人见面应当先握手以示友好。
	2. 握手时应当有力度，但要注意力度合适。
	3. 握手时应有保持 30 秒，但也不可时间太久。
自我介绍	1. 向别人介绍时要注意身份“高贵”的要最后介绍：先年轻后年老。先职位低后职位高。先次要后主要。先宾后主。
办公室礼仪	1. 保持心态轻松，遇事不可大声喧哗，应尽量保持冷静。
	2. 不能长时间谈私人电话。
	3. 进出办公室应当注意不要打扰对方。
	4. 未经同意不要吸烟。有女士在场必须首先征得女士的同意。
接发名片的礼仪	1. 接名片时应当双手迎接，并且需要当场阅读。如面前有桌子，应当将名片放于自己前方。
	2. 发送名片时应以客户能够读懂的文字面朝上，双手呈上。并且递送的同时应当主动朗读自己姓名、职业等。
电话礼仪	1. 必须在电话铃响三声以内接听。
	2. 和别人谈话、接听电话前需要向谈话者道歉。
	3. 在对方阐述时，要不时使用语气词使对方确认你正在听他讲话。
	4. 对于不清楚的方面一定需要主动询问。
	5. 要养成听完对方表述最后一句的习惯，不要插话或打断对方。

（二）专业的社交礼仪

社交礼仪的含义非常广泛，并且在现代的商业社会受到了越来越多的重视。我们以上介绍的只是最常见的几项礼仪。

（三）得体的个人举止

销售人员的知识水平以及身体语言的运用能力是影响个人举止的决定性因素。这里我们只简单讨论有关身体语言方面的内容：

首先，身体语言是我们重要的沟通渠道。有研究证明，它负责传递的信息占我们沟通总信息量的 70%，声音信息和文字信息只分别传递总信息的 20% 和 10%。

其次，身体语言形式丰富，主要包括六种类型。（见下表）

类型	内容
姿势	包括人体所有部位的行动方式，包括头部、肩部、臀部、手和手臂的移动角度和力度。
手势	1. 手臂通常表示自我保护。如果手臂重合，表示防卫的态度。
	2. 手是表示开放的程度。如手敲书桌表示人的不耐烦。
面部表情	面部最能够传达人的感情。如提高眉头或口开成“O”形，表示惊讶。
眼神	眼睛是“心灵的窗户”，可以反应人的喜怒哀乐。
说话声调	包括音量、速度和音调三方面。
身体距离	保持合适的距离，通常应当在 60 厘米到 1 米左右。

最后，销售人员要保持正面的积极的身体语言，必须掌握以下四个方面：

1. 保持微笑，注意保持眼神的接触。
2. 与人谈话时应注意姿势保持，并且始终注意 60 厘米到 1 米的安全距离。
3. 保持开放的手势，支持你的态度和谈话。
4. 同时注意个人仪表和社交礼仪的表现。



一周行动计划表（一级）

A. 本节关键内容：

B. 自身状况：

a) 谈谈你对职业形象的认识：

b) 谈谈你对身体语言的认识状况：

C. 按照实际情况完成个人仪容对照表的制作。

D. 一周行动计划：

a) 具体目标：

b) 行动计划：

一周成功记录表

职业形象的特点: _____	
星期一 日期: _____	
今日目标: _____ _____	实际完成: _____ _____
原因分析: _____	
今日体会: _____	
星期二 日期: _____	
今日目标: _____ _____	实际完成: _____ _____
原因分析: _____	
今日体会: _____	
星期三 日期: _____	
今日目标: _____ _____	实际完成: _____ _____
原因分析: _____	
今日体会: _____	
星期四 日期: _____	
今日目标: _____ _____	实际完成: _____ _____
原因分析: _____	
今日体会: _____	
星期五 日期: _____	
今日目标: _____ _____	实际完成: _____ _____
原因分析: _____	
本周心得: _____ _____	

第二节 专业的素质和品质

与其他工作一样，人是销售工作最核心的因素。人的素质和品质是决定工作业绩的根本因素之一。销售人员要想成就自己的业绩必须重视个人素质和品质的不断修炼。

(一) 个人素质

个人素质包括的内容很丰富，具体有：销售人员的业务素质、行动力、自信心、洞察力、企图心、服务心等等。

1. 业务素质合格，是指销售人员具有必要的产品知识及其他专业的知识。这是销售人员取得销售业绩必须具备的前提条件。这种素质是任何销售技巧所无法替代的。

试想一想，如果一个销售人员不了解自己的产品，不了解产品特性，那么他该如何向客户介绍？如何解决客户的问题？如何说服客户呢？

由于业务素质受知识结构的影响很大，因此，销售人员一定要根据自己的知识背景，有针对性地选择适合自己的产品。认为可以使自己成为所有产品销售专家的观念是肤浅的。

销售人员再学习的能力同样影响其业务素质。知识总是在不断发展、变化的，只有善于学习新知识的人才有可能获得成功。

2. 行动力是从事销售工作必须具备的一项极其重要的能力。销售工作的特点决定了最重要的不在于销售人员能够想到多少，而是在于他能够做到多少。完美的行动计划在现实的销售工作中根本不存在，只存在具有竞争力的行动。速度是体现行动竞争力的主导因素。

销售人员必须培养自己“立刻行动”的能力。

3. 自信心是成功的销售人员与一般销售人员的主要区别之一。对于一个销售人员来说，几乎 80% 的销售失败来源于他对失败的恐惧，来源于他个人自信心的缺乏。

销售人员要克服自信心问题，一方面要树立正确看待失败的观点，认识失败对于销售的真正含义；另一方面需要不断地总结经验，提高工作的成功率。

提前制订工作计划，记录实际状况，并及时分析差距产生的原因是提高自信心的有效方法。

销售人员可以借鉴本书中计划表和记录表的结构，设计符合自身工作特点的计划及改善模式（见《差距分析及改善计划表》）。

4. 洞察力就是指销售人员观察事物，分析事物，并且采取行动的能力。销售人员是在不断变化的竞争环境中工作，因此，挖掘变化、适应变化的能力是影响销售

人员业绩的重要因素。

销售人员提高洞察力的方法除了在实际中积累经验外，还需要平时加强对于市场竞争信息的收集和分析工作。对市场了解越深入的销售人员自然就对市场变化的敏感程度越高，市场洞察力也就越强。

5. 企图心就是销售人员对于竞争和成功的渴望程度。它也是一个成功的销售人员必须具备的条件。销售工作是一个需要时时面对竞争的工作，没有强烈的竞争意识，缺乏工作的动力，销售人员能成为最强者吗？

销售人员提高企图心的办法就是不断树立目标，并与目标展开竞赛。目标既可以是同事、竞争对手，也可以是自己的计划。

销售人员的企图心会随着激发次数及强度的增强而变得愈加强烈。

6. 服务心就是指销售人员必须了解获取成功的途径，树立服务他人、成就自己的观念。在现代的市场中，具有双赢思想的人，才能够取得真正的成功。销售人员必须知道许多客户行为是建立在信任和友谊的基础上的，只有服务客户，获得客户的信任才能够取得更好的业绩。

销售人员强化服务心的方法就是在销售工作中重视客户满意度，并能主动采取措施提高满意度。

（二）优秀的品质

1. 诚实是一个销售人员最重要的个人品质。只有诚实的

人才能获得客户真心的支持。请想一想，你自己是如何对待曾经欺骗过你的人的？

然而，在实际工作中，这种品质却又是最难保持的，因为销售人员总是需要直接面对销量的压力，短期利益常常诱惑他们放弃对诚实的追求，从而牺牲了自己的长期利益。

销售人员保持诚实的方法，一方面需要不断提高自己的销售技能，通过提高技能正确缓解短期利益的压力。另一方面，必须一开始就坚定不能够牺牲长期利益的工作目标。

销售人员需要善于把握诚实的尺度，诚实与迂腐是有很大差异的。

2. 勇于承担责任，勇于对自己的结果负责，是一个优秀销售人员的重要品质。优秀销售人员关注的重点总是放在如何提高自己上，而失败者却总是为自己寻找为失败开脱的借口。不断抱怨和找借口的人失去的是事业前进的动力。

3. 销售是一项非常艰苦的工作。销售人员永远都不会有工作完结的那一天，他

