

成交秘诀

——搞定每笔交易

◆陈容 / 编著



**只要灵活运用成交秘诀
每笔交易自然而然地.....**

◆ 中国时代经济出版社

成交秘诀

——搞定每笔交易

◆陈容 / 编著



◆ 中国时代经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

成交秘诀——搞定每笔交易/陈容编著. —北京: 中国时代经济出版社,
2003.10

ISBN 7-80169-459-7

I. 成… II. 陈… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 084232 号

成交 秘 诀

——
搞定每笔交易

陈容
编著

出版者	中国时代经济出版社
地 址	北京东城区东四十条 24 号 青蓝大厦东办公区 11 层
邮政编码	100007
电 话	(010) 64066019 88361317
传 真	(010) 64065971
发行经销	各地新华书店经销
印 刷	北京白帆印务有限公司
开 本	787×1092 1/16
版 次	2003 年 10 月第 1 版
印 次	2003 年 10 月第 1 次印刷
印 张	18.75
字 数	288 千字
印 数	1~8000 册
定 价	26.00 元
书 号	ISBN 7-80169-459-7/F·194

版权所有 侵权必究

序 言

成交是销售过程的最后一环，也是最重要的一环。因为不管销售产品或服务，唯有“成交”才算数。花费无数精力准备资料、研究顾客、安排会面，在成交的关键时刻却惨遭顾客拒绝，心情能不失望、沮丧到极点？因此，学习最有效的成交技巧，无疑是广大业务员刻不容缓的需求。

在信息爆炸的当今时代，专业成交技巧显得更加重要。本书将告诉你各种成交技巧，包括顾问式成交法、谈话式成交法、引发顾客共鸣的秘诀、面对团体销售法、总裁对总裁的销售法、非传统成交法、反向操作销售法和双赢成交法……等等。

通过阅读本书，你会学到如何运用具有魔力的词句来解释产品优点，帮助你完成交易。你会学到语言中最具威力的六大成交词汇。想知道什么都不说，也能够成交的秘密吗？答案就在这本书里。

按照本书章节编排的顺序，首先你将认识“成交心理”，了解顾客的心理；接着学习经典的成交原则和七大成交秘诀；最后，学习特殊的成交技巧和高级成交法，再探索一下销售前沿，观摩大师的成交实例。

你将学习如何捕捉各种“顾客准备购买”的迹象，包括：

- 一、何时该“假手他人成交？”
- 二、为什么说故事也能够促进成交？
- 三、施展强硬手腕的时机及方法。
- 四、因为对产品不够了解，所以才没有购买？
- 五、什么时候该给顾客一点震撼性教育？

人际关系的技巧，同样有助于成交。本书教你如何分辨四大基本顾客类型。面对不同类型顾客时，应该说什么？什么时候说？怎样说？

除此之外，本书还要告诉你：



- 
- 一、如何使用“共鸣回应”平息顾客异议？
 - 二、如何找出顾客的弱点，进而完成交易？
 - 三、如何观察顾客准备成交时态度的转变？
 - 四、如何应付自我中心型顾客？

顾客很难对付？本书教你如何让“哑巴型”顾客开口，并完成交易；让“话匣子”型顾客安静下来，且签下订单；利用附加利益引诱“向钱看型”顾客入彀；碰到“唱反调型”顾客，怎样让他们乖乖签合约；怎样说服“我的健康状况不允许”的顾客；还有，面对口是心非“绝对不买”的顾客，你应该说什么？

本书还会带你拜访成交大师，观摩：

- 一、著名女业务员的成交秘诀。
- 二、出奇制胜成交法。
- 三、扑克牌原则成交法。
- 四、向什么都不缺的人销售。
- 五、说服凡事“明天再说”的顾客。
- 六、“三觉”（觉得/也觉得/发觉）成交模式。

你还会学到：

- 一、专业销售人员如何对付专业采购人员。
- 二、注意购买信息，并乘胜追击。
- 三、引发顾客的强烈共鸣，敦促顾客立即购买。
- 四、消除顾客真正的疑虑，并完成交易。

你会发现：

为什么顾客并非永远是对的；并找到说明这一点、完成交易的恰当时机。行动是成交之钥——有时候你采取行动、有时候顾客采取行动。

你还会了解：

该在什么时候做什么事——为什么业务员填写订单时，应避免与顾客的眼神接触；如何运用勇气及胆识，作为完成交易的强大武器；什么时机适合（或不适合）感谢及恭维顾客。

有时候你得请顾客多买一点，有时候反而想要顾客少买一点，两种方法都有助于完成交易，而两种方法你都会从本书中学到。面对团体销售时，学习找出其中的“关键人物”，并且在不忽略其他人的情况下，与“关键人物”对戏。两位顾客是合伙关系时，看看大师是如何渔翁得利。

总之，通过阅读本书，你可以学到千古不变的成交法则，堪称经典的成交秘诀，以及各种最新的有效成交技巧。如果你是业务新秀，本书可帮你很快成为成交高手；如果你是业务老将，本书可让你百尺竿头，更进一步。

编著者

2003年8月于北京



目 录

序言

上篇 心战为上

第一章 调整自己的心态 (2)

业务高手之所以脱颖而出，是因为他们懂得销售的艺术，其中的关键正在于掌握和运用成交秘诀。值得庆幸的是，成交秘诀是完全可以通过学习而掌握的。想跻身成交高手之林吗？那么，首先调整好你的心态吧！

第二章 像总裁一样思考 (12)

几乎所有企业，都将创造业绩的能力，视为担任主管的必要条件。也许你想在公司里更上一层楼；或者你纯粹只想提升自己的销售能力。无论属于哪一型，你都必须学会如何从总裁的眼中看成交。

第三章 训练成交嗅觉 (26)

在你的销售经验中，可能经常出现这种情形——顾客愿意成交，而你却毫不知情。顾客已经准备要买了，可惜你没有马上回应。当时如果你能抓紧这个稍纵即逝的时机，向顾客施加一点压力，也许你已经成交了。



第四章 树立自信心..... (37)

成交几乎是销售过程中最简单的一步。很多业务员认为成交很困难，那是因为他们的观念错误。他们以为应先说服顾客，这当然困难。其实成交高手的方法非常简单：首先，树立强烈的自信心，自己说服自己，认定交易绝对会成功，接着自然而然就能成交了。

第五章 顾客的心理分析..... (45)

业务员必须了解顾客的心理，找出顾客的弱点所在，从而针对弱点施加压力，这样交易才有可能成功。顾客感到困扰，且急需解决的问题，就是大多数顾客的弱点所在。那么，谁来解决问题呢？当然是你！解决了顾客的问题，你就能完成交易。顾客的弱点就是你的优势。

第六章 及时捕捉购买信息..... (58)

购买信息通常不以言传，因为买方不愿意直接告诉你，但绝大多数顾客如有意购买你的产品，都会表现出一些不经意的小动作，向你传达购买信息。当这些购买信息出现时，你必须立即主动要求成交，因为顾客下决定购买时总是犹豫不决。

第七章 巧用顾客心态调整成交技巧..... (70)

有些顾客是你没有办法应付的？——不对！好的业务员能应付各种性格顾客，并根据买方的心态调整自己的成交技巧。你必须接受各种顾客，包括强硬的、好脾气的、凡事猜疑的、反应敏捷的、反应迟钝的。不管碰到哪一类人，你都要营造良好的成交气氛。



第八章 敞开心扉与顾客共鸣..... (83)

优秀的业务员都懂得敞开心扉让顾客产生共鸣，以便更好地为成交服务。其实，这也是处理人际关系的秘诀。让顾客产生共鸣的心理法则是：“清楚而完整地理解他人的感受动机。”当你产生这种感应时，这时机会来临，立即抓紧时间做好成交。

中篇 成交秘诀

第九章 成交的经典原则..... (96)

成交并非漫无章法。成交高手遵循一定的原则，深入了解掌握每个步骤的方法。成交很快就获得成功，这是因为他们遵循一定的成交原则。愿每一位业务人员都应该立刻学习这些原则，并运用在所有的交易上。

第十章 秘诀之一 —— “认定成交” (102)

运用“认定成交”秘诀时，业务员首先肯定顾客的购买意愿，在顾客面前流露同样肯定的态度，并以这种力量，将顾客推向成交的关口。这个秘诀可以在不同场合发挥效果，而且一点都不冒险，你只是温和地认定顾客会买，并引导顾客，做出你心中早有成见的决定。

第十一章 秘诀之二 —— “细节问题” (111)

成交不是简单的是非题。如果业务员问顾客买或不买，答案通常是否定的。然而请顾客就细节问题做出选择，借此温和地引导顾客，就可以探知顾客的购买意愿。



第十二章 秘诀之三——“采取行动” (117)

如果你经常观赏剧场表演，一定会发现，动作通常比对话重要。销售也是同样的道理，经常引导成交的动作，都比语言更有说服力。在销售过程中，只要你采取实际行动，即使任何语言都无法打动了顾客，也可以在你手中成交。

第十三章 秘诀之四——“未来事件” (124)

“未来事件”秘诀关键的是：在于诉诸人们害怕损失的心理。当然，你也可以强调购买的利益；但是，请注意——强调“损失”的说服力更强，更能吸引顾客。由于害怕损失的心态深植人心，因此运用这个秘诀几乎万无一失。

第十四章 秘诀之五——“第三人推荐” (132)



运用“第三人推荐”秘诀，等于是请另一个人——通常是一位专家、或顾客尊敬的朋友，加入你的销售阵营充实力量，为你推荐产品或服务。顾客往往认为，业务员介绍自己的产品总是不够客观，或许还会掺杂相当多的“水分”，而没有利害关系的第三人，在推荐业务员的产品时，应该会客观得多，因而也可信得多。

第十五章 秘诀之六——“免费赠送” (139)

天下没有亏本的生意，顾客绝对占不了便宜。这一点顾客都知道，但是他们仍然希望有“天上掉馅饼”的好事降临。因此，业务员应该熟悉“免费赠送”技巧，

并灵活运用这个技巧可以消除成交的最大阻碍。

第十六章 秘诀之七——“直接成交” (148)

许多业务高手喜欢的秘诀都是“直接成交”。尽管他们运用了其他技巧，每场销售仍不忘记紧迫盯人、直接要求成交。事实上，许多顾客就等着业务员这句话。因为顾客都有着基本的恐惧症——不愿主动承诺成交。因此业务员必须帮助顾客，克服这种恐惧心理，直接要求他们购买你的产品，让他们有一种被人信任和重视的感觉。

下篇 大师现身说法

第十七章 二十八种高级技巧 (160)

诺贝尔文学奖获得者吉卜林建议大家，作诗时要记住：“诗歌创作的方法，至少有九百六十种，每一种都值得参考。”成交亦然。只要是有效的技巧，都值得业务员参考。

第十八章 绝境求生术 (168)

顾客绝不是任人摆布的棋子，他们是有血有肉的人。所以，他们可能不与苟同，蛮不讲理，冷面无情兼高深莫测；不但对你的销售技巧视若无物，还频频出招，阻碍销售。杰出的成交高手都有能力突破困境，让顾客从严辞拒绝，转为欣然接受。

第十九章 顾客的批评“离谱”吗 (178)



业务员的第一个任务，是帮助顾客理清犹豫不决的原因。自以为了解原因的业务员，错误率非常高，所以一定要问清楚。如果顾客提出真实的回答，就要针对问题加以解决，再完成交易；如果顾客提出的只是借口，则必须想法探出真正的问题所在，以便进一步解决问题。

第二十章 技艺精湛的演员 (192)

商业剧场中，业务员扮演的角色包括“心理导师”、“传教士”、“母亲”、“女儿”、“大哥”、“教练”、“老师”、“朋友”等等。在商场上，超级业务员也是演技精湛的演员。

第二十一章 销售魔法词 (206)

业务员进行销售时，不免要用各种销售话语。某些词汇，特别能够影响顾客，也就是所谓的销售魔法词。本章要讲述的就是这些威力强大的销售魔法词。



第二十二章 经营长期业务 (220)

优秀的业务员在完成交易之后，能够再次接触顾客，不断增加销售量。他们才是创造巨额利润，能够升迁到更高职位的顶尖业务员。

第二十三章 “顾问式”与“谈话式”成交法 (228)

顾客式成交高手，目标总是在安抚顾客。顾客只有在轻松的气氛下，才会乐意成交。顾客式销售法的基本原则如下：顾客根据自己的需求及经济条件，决定是否购买产品；业务员则以商业伙伴的身份，帮助顾客解决

这些需求。

第二十四章 “谈判”式成交法 (244)

谈判的理想目标是双赢；外交谈判是这样，工业设备的销售也是这样。所以当顾客提出强烈要求时，业务员不宜断然拒绝，但也不能一味顺从，而造成公司的重大损失。怎么办？给一点利益，争取一些好处，逐步建立双方的长期合作关系。

第二十五章 团体销售应变策略 (258)

一般而言，面对团体销售时，可能会出现相当棘手的障碍，因此你需要强大的成交武器，根据情况随机应变完成交易。如果你希望在团体销售会议中占据主动地位，必须先改变不利于你的环境，包括取消正式座次安排、会议程序……。你必须营造轻松的气氛，改变自己“外人”的角色，成为对方的一份子儿。

第二十六章 顶尖成交大师 (273)

优秀的表演艺术家，运用各种出色技巧，老练地控制观众的情绪。成交大师就像这些表演艺术家一样，将经典成交秘诀运用得出神入化。学习这些成交大师们的各种技巧，直到你能灵活运用。很快地，成交就易如反掌！

后记 (283)



上 篇

成交心理透视

无论是率众拼搏的企业主帅、或是积极进取的业务人员,都有一个共同需求,也就是“纯熟运用交易互动过程中的心理因素”。本书上篇即阐述,如何掌握各类客户的心理,并随着客户对产品或服务的认知程度调整你的销售目标、拟定适合顾客类型的销售计划,及如何实施这些计划。

首先,你得先调整好自己的心态,以一颗积极向上的心投身销售事业。

接着,根据以下步骤循序渐进:

第一步明确是最重要的基本观念——销售?成交才算数!

第二步学习如何从总裁的眼中看成交;接着说服自己,相信成交是必然的结果;最后再了解如何训练成交嗅觉,抓住成交契机。

充分掌握自己的心理状态之后,进一步要了解顾客的内心世界(顾客的弱点,正是你的优势),学习如何让顾客来告诉你,成交时机是否成熟(你必须先学会捕捉顾客的购买信息)。

最后借着种种技巧,包括如何倾听、何时该开口、如何利用语言及沉默争取顾客认同……等,培养成交气氛。这时候你已经作好充分准备,可以进入本书的中篇——学习众多成交高手屡试不爽的七大成交秘诀了。

第一章

调整自己的心态

业务高手之所以脱颖而出，是因为他们懂得销售的艺术，其中的关键在于掌握和运用成交秘诀。值得庆幸的是，成交秘诀是一门可以通过学习而掌握的。想跻身成交高手之林吗？那么，首先调整好你的心态吧！



你是否静下心来想过，为什么销售同样产品与服务的业务员，成就却有天壤之别——排名前百分之二十的业务员，总是包办了百分之八十的业绩？答案是：“他们运用了经过千锤百炼的经典成交秘诀。”

这些业务高手之所以脱颖而出，是因为他们懂得销售的艺术，其中的关键正在于运用成交秘诀。值得庆幸的是，成交秘诀是完全可以通过学习而掌握的。所有的业务员都可以透过本书，一睹成交高手的销售艺术。想跻身成交高手之林吗？那么首先调整好你的心态吧。

玛丽大学毕业后，在一家计算机软件公司做简单的会计工作。第一个月，她惊讶地发现，这家公司竟然有人两次领到高达五千二百美元的佣金。

玛丽好奇地问主管：“领这么高佣金的人做什么工作？”

“他是本公司的王牌业务员。”

“他每个月都领两次这种佣金吗？”

“不一定。不过他的佣金之高，只怕会吓你一跳。”

“我已经吓倒了，”玛丽回答：“我转到业务部门的机会大不大？”

玛丽的主管反应冷淡、外带一点同情，因为这表示玛丽要放弃稳定的收入，只靠佣金生活。不过，只要玛丽愿意，转业务部门不是问题。

玛丽进入业务部门之后，第一件事就是找到这位王牌业务员，请教他究竟怎样才能赚大钱。“很简单，”王牌业务员笑着回答道：“只要到处走动，见见客户，聊聊天，保持心情愉快，然后随时准备成交。”

今天，玛丽已经成为美国最杰出的软件业务员。玛丽的成功不是什么奇迹，而是因为她调整好了自己的心态，掌握了销售的关键，也就是“成交的秘诀”。因此，只要你能正确调整自己的心态，灵活运用成交秘诀，天下就是你的了。

一个最重要的基本观念

你也许会怀疑，玛丽年纪这么轻，有能力销售这种复杂的产品吗？有可能完成骄人的业绩吗？答案当然是肯定的，而且各个领域都有玛丽这样



的例子。

如果有业务员对原来的业务失去兴趣，在尝试销售各种不同产品之后，决定踏入一个极具挑战性的领域：销售百科全书。假设他在短短几年内异军突起，成为该部门的最佳业务员，接着再跃升为全国数一数二的超级业务员；再假设他每六笔业务就有五笔成交，这样的业务员应该拥有我们都想知道的成功秘诀吧？

这个例子说的就是美国著名成交高手派琪，多年来他一直是这一行最为出色的业务员，而成交就是他唯一的目标。他认为，面对顾客唯一的意义就是成交。他说：“我就凭着这一点成功。”派琪的销售技巧有三个基础：成交，成交，以及成交。如果派琪失败，只有一个原因，那就是对方根本不符合顾客的条件。“只要你找出一个符合条件、有能力购买我所销售产品的顾客，我一定能让他签下订单。”派琪曾如此大发豪言。

派琪的话并不夸大，因为他坚信营销行业中一个最重要的基本观念——“销售？只有成交才算数！”成交虽然是销售的最后步骤，但事前必须先打好坚实的基础。

成交是整个销售过程的关键一环。这一刻，你所投入的时间、金钱与努力不是获得回报、就是付诸东流。既然成交是销售的关键，要想做好这项工作，除了本身工夫之外，还要从成交高手身上学习吧！成交技巧大多很简单，而且是可以学习的科学方法。使用这些要诀时，重点还是如何巧妙地运用，同样拜访客户，成交高手与一般业务员却有天壤之别。

积极行动，发现顾客的需求

大多数业务员都无法顺利成交。派琪的公司拥有五千名业务员，到底多少人能够成交？“恐怕你不敢相信，”他说：“答案是五千人之中，只有两百人能够成交，其他的都称不上合格的业务员。因为他们只能处理琐事，不能独立完成交易。”

五千名业务员中，只有两百人可以完成交易，成交居然这么难？不！成交不仅不难，而且是销售过程中最简单的部分。想完成交易，业务员只要坚守两个原则：“态度正确，运用正确的成交技巧。”你可以通过阅读本书，将上述两个原则彻底掌握。

当然，进行销售时你首先必须要考虑到顾客的需求。看看美国超级业

