

史伟 ■ 著

销售魔鬼训练

打造卓越销售力

- ◆ 首创深度全景案例分析
- ◆ 全新角度诠释现代销售
- ◆ 全面打造卓越销售能力
- ◆ 配套网站提供跟踪训练



中国经济出版社
www.economyph.com



销售魔鬼训练

——打造卓越销售力

史伟 著

中国经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售魔鬼训练——打造卓越销售力 / 史伟 著. —北京: 中国经济出版社, 2003. 12

ISBN 7 - 5017 - 5926 - X

I. 销... II. 史... III. 销售学... IV. F713. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 022937 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 邓媛媛 (电话: 13910081980 editordeng@163.com)

责任印刷: 张江虹

封面设计: 蒋宏工作室

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京市地矿印刷厂

开 本: 880×1230 毫米 1/32 印 张: 14.5 字 数: 403 千字

版 次: 2004年2月第1版 印 次: 2004年2月第1次印刷

书 号: ISBN 7 - 5017 - 5926 - X/F · 4775 定 价: 29.80 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68341876 68341879 68353624

目 录

序 言	1
夯 实 篇	7
第一章 销售是什么?	9
第二章 5Ps 与 DV 营销模型	35
第三章 如何获取销售竞争力.....	55
第四章 客户满意度的陷阱.....	70
修 炼 篇	97
第五章 成功修炼.....	99
第六章 销售恐惧症	138
实 战 篇	157
第七章 人际风格	159
第八章 伟大的销售环——5As 销售	201
第九章 拜访计划	218
第十章 客 户 接 近.....	250
第十一章 开场白	280
第十二章 控询技巧	308
第十三章 调适核心信息	343

第十四章 如何处理客户的反对意见	368
第十五章 销售缔结	385
第十六章 访后分析	404
第十七章 销售谈判	411
第十八章 时间管理	448
附录：英汉对照表	457

序 言

一、第五种可怕——我为什么要写这本书？

作为高校老师，我上的课很少有固定的教材，更多的是给学生开一串参考书目。常常为学生的钱包感到担忧，但又无计可施。销售类教材很多，但培养出的学生往往是满腹经纶，可一旦面临一个实际问题，却又溃不成军。单纯强调理论，且千篇一律。道理说了一大堆，但很少有说的清楚，说得透彻。在模棱两可中，无数的销售天才被残忍地谋杀。案例分析成了最后的救命草，可那些故事说的精彩，但分析苍白无力的案例，又能带来多少的安慰与希望？如果中国的销售类高等教育做成了这样，中国的专业销售还会有多少的前途？理论与实战的双重失败，铸造了专业销售职业人培养的第一种可怕！

高等教育的失落，带来了销售培训书籍前所未有的繁荣。寻找专业销售的灵丹妙药成了无数销售人员的癖好。结果如何？这些培训书籍并没有改变专业销售人员的大脑，更未能改变他们的前途。对销售实质认识不清，对自己的销售问题认识不清，却一味地生搬硬套那些本就模糊不清的技巧与策略。当销售技巧失去了针对性、适用性，它还有多大的价值？可怕的是，这恰恰是很多销售培训书籍在大肆贩卖的，很多销售人员在不断追求的！

第三种可怕是专业销售人员至今不懂得什么是学习。学习变成了一种克隆，这是很多销售培训书籍最大的闪光点，给你一大堆所谓的实战技巧，但就是没有这些技巧背后的核心理念，其后果是读者无法在掌握核心思想的基础上进行因

地制宜的创新。没有带给读者更多，但却给予了读者克隆与生搬硬套的思维模式。

第四种可怕，营销权贵走向了神坛。西方的经典理论在中国找到了肥沃的土壤，广大的销售人员用尽自己的热情和虔诚，顶礼膜拜着这些梵音般的经典理论。对于大师们的经典之作，无数的专业书籍和专业人士已经丧失了他们的思考力，不是从中获得思辩式的启发与激荡，而是一味地生硬接受。很少有人站出来，拷问这些经典对于中国的销售到底有多少适用，如何适用？

第五种可怕，为数众多的业内人士对以上四种可怕保持了思想上的无动于衷，行动上的无所作为。浅薄与浮躁窒息着中国专业销售职业人的成长，窒息着来之不易的生命与本可辉煌的前途。

这第五种可怕，已经注定了我的无路可逃。很多次，丢下笔，试图放弃，但终究在坐立不安的惶恐中选择了继续。于是，便有了《销售魔鬼训练》这本书的问世。任何新锐的背后都等待着一种牺牲。即便如此，依旧铁了心地与传统的销售培训书籍划清界限，最重要的是，不可辜负读者，不可辜负这些年销售研究与咨询培训的所有触动。

二、问题、技巧与思维——我要告诉读者什么？

本书全文分三篇，共十八章。第一篇夯实篇，包括销售为什么、5P与DV营销和客户满意度陷阱。通过从全新角度诠释现代销售，帮助读者认识自己的销售问题所在，并夯实销售基础理念。第二篇修炼篇，包括成功修炼和销售恐惧症，意在建立读者坚强的职业信念。第三篇实战篇，是本书的核心部分，具体给出了销售环中每一环节的技巧策略、实战技术路线，从核心思想到实战应用，都进行了全方位的范式训练。

首先弄清楚自己的销售问题所在，其次进行针对性的技

巧与策略学习；从单纯的基础理念学习，提升到构造敏锐的销售思维，从而培育因地制宜的创新力。只要你下定决心去改变和超越，通过本书的学习，你就一定能成功！

三、如何使用这本书

什么是学习？这是一个我们都非常熟悉的字眼，但也是我们很多的专业销售人员做的最糟糕的一件事情。本书的目的是和大家一起去学习，因此很有必要在一开始就澄清这个概念，并以此来约定我们如何进行本书的研讨和学习。

学习不是死记硬背、生搬硬套，尤其是销售学习，对于本书中的理念、技巧以及模型的学习，要掌握以下的方法：

(1) 带着问题去学习。学习不是目的，解决工作中的实际问题才是目的。这就是本书的每一章都以 ST 训练开始的原因，通过 ST 训练，发现你实际存在的销售问题，并带着这些问题去学习和分析每一章的内容。企图心和目的性对学习效果非常关键，同时也可以在学习完每一章后能够评估学习的效果。

(2) 不要过于在乎一招一式，任何的销售技巧都来自于某一核心理念在实际工作中的应用，核心理念和对实际工作的思考并进行因地制宜才是最为重要的。你如果只想直接将这些技巧应用到实际工作中而不做任何的思考，那么这仅仅是一种低级的克隆。

(3) 不要掌声，要脚步声。我不希望看到你仅仅是认为本书所言极是，你花费金钱和时间去学习，不是为了说一声“对，是这样”，最重要的是去应用、去实际中体会。对本书中的任何技巧和模式，你千万不要成为一个艺术欣赏者。学以致用、为用而学！哪怕你仅仅将本书中 10% 的内容应用到时间中，我就非常高兴了。你不去用，这些技巧和知识将永远是我的而不是你的，不断思考，不断应用、不断修正，这就是创新！