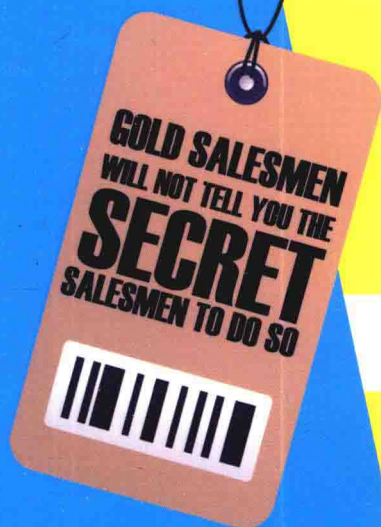


金牌销售 不会告诉你的 秘密

销售这么说才对

即学即用，让终端一线销售业绩迅速倍增的说话技巧

吴建芳 吴谦 编著



众多知名品牌
顶尖销售
业绩提升之道



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

金牌销售 不会告诉你的 秘密

销售这么说才对

吴建芳 吴谦 编著



内 容 简 介

本书共分为上下两篇，前五章为客户篇，主要讲解以客户问题为中心的内容：如何邀约客户、如何突破秘书阻拦、如何解决客户疑虑、如何应对客户讨价还价、如何处理客户意见等。后五章为销售篇，主要围绕销售员在销售活动中的经验技巧和职业素养为中心展开分析，其内容大致有：销售员如何开场、如何利用客户心理促成销售、如何向客户提问以及销售员应该有的职业风范和推销大师的各种推销理念等。

本书操作性强，内容讲解通俗易懂，案例详细具体，讲解全面，适用于各类销售岗位上的读者，想了解如何轻松销售的读者。可以通过学习本书，更好地提升职业技能，提高销售业绩。

图书在版编目（CIP）数据

金牌销售不会告诉你的秘密：销售这么说才对 / 吴建芳, 吴谦编著. —北京：中国铁道出版社， 2014.6
ISBN 978-7-113-18026-3

I. ①金… II. ①吴… ②吴… III. ①销售—语言艺术—通俗读物 IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 024000 号

书 名：金牌销售不会告诉你的秘密：销售这么说才对
作 者：吴建芳 吴 谦 编著

策 划：刘 伟
责任编辑：张 丹
责任印制：赵星辰

读者热线电话：010-63560056
特邀编辑：赵树刚
封面设计：多宝格

出版发行：中国铁道出版社（北京市西城区右安门西街 8 号 邮政编码：100054）
印 刷：三河市华业印装厂
版 次：2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷
开 本：700mm×1 000mm 1/16 印张：14 字数：197 千
书 号：ISBN 978-7-113-18026-3
定 价：36.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书，如有印制质量问题，请与本社读者服务部联系调换。电话：(010) 51873174

打击盗版举报电话：(010) 51873659



前言

> 什么是销售

销售是创造、沟通与传送价值给顾客，及经营顾客关系以便让组织与其利益关系人（stakeholder）受益的一种组织功能与程序。销售就是介绍商品提供的利益，以满足客户特定需求的过程。商品当然包括有形的商品及其附带的无形的服务，满足客户特定的需求是指客户特定的欲望被满足，或者客户特定的问题被解决。能够满足客户这种特定需求的，唯有靠商品提供的特别利益。

> 本书写作目的

销售员作为终端零售市场直接面对客户的群体，其服务水平和销售技巧直接决定了产品的销量。对销售员来说，口才就是生产力。会说话的销售员能很好地处理顾客异议等棘手问题，赢得顾客的信任和青睐，实现成交的目的，并为企业培养固定的老客户，提高个人的销售业绩。

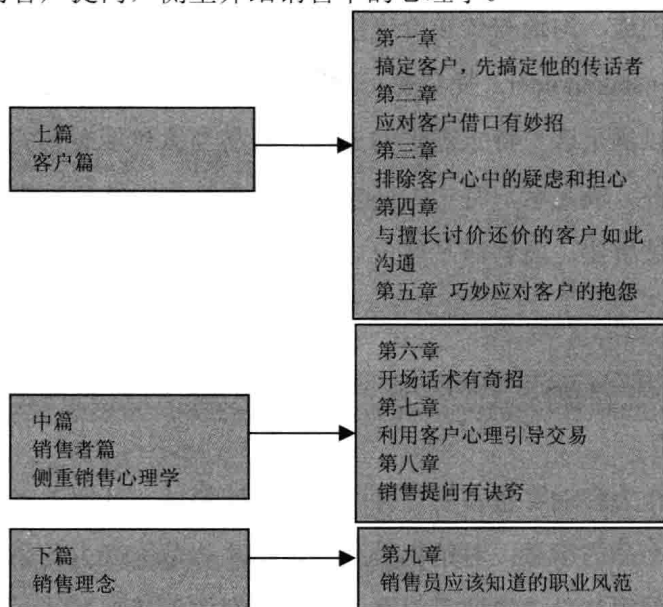
然而经过大量销售工作的考察，作者发现如今多数销售问题集中出现在销售员本身。可以这么说，没有不买产品的顾客，只有不会推销的销售员。在与客户沟通交易的过程中，很多销售员是因为自身问题而导致了最终推销的失败。

本书旨在为从事各类营销工作的销售员归纳推销过程中的错误点，并且进行翔实深入的分析，提出正确的解决方法。本书内容通俗易懂，案例分析贴近生活，让各类销售者在轻松阅读本书的同时能够轻而易举地了解销售过程中应该注意的问题以及解决问题的策略。

本书结构

本书共分为上下两篇，前 5 章为客户篇，主要讲解以客户问题为中心的内容：包括如何邀约客户、如何突破秘书阻拦、如何解决客户疑虑、如何应对客户讨价还价、如何处理客户意见等，侧重的是销售的技巧和方法。

后 6~9 章为销售篇，主要围绕销售员在销售活动中的经验技巧及职业素养为中心展开分析，其内容包括：销售员如何开场、如何利用客户心理促成销售、如何向客户提问，侧重介绍销售中的心理学。



本书适合的读者

本书适用于奋战在销售第一线的各类推销人员，无论是初入销售门槛的新手，还是已经具有一定销售经验的老手都可以从本书中找到适合自己的推销方法。

创作团队

本书经编者吴建芳、吴谦通过对大量销售工作的调研，亲自与众多不同类型销售者的交流考察，潜心汇总而成。由于时间仓促，加之水平有限，书中的缺点和不足之处在所难免，敬请广大读者批评指正。

编者

2014 年 4 月



目录

上 篇 怎么应对客户

第 1 章 搞定客户，先搞定他的传话者

1. 您好，您是哪位 2
2. 你有预约吗 4
3. 先发一份传真过来 13
4. 领导出差去了 16

第 2 章 应对客户借口有妙招

1. 我很忙，有事快点说 19
2. 没时间，还有会议要开 22
3. 先把资料寄给我的秘书吧 24
4. 你怎么知道我的电话 26
5. 你打错了吧 28
6. 这种产品不适合我们的企业定位 31
7. 有什么事你就在电话里说吧 33
8. 又是搞推销的，推销的都是骗子 35
9. 没有预算了 38
10. 没兴趣，我们不想做 40
11. 等我想买了，再打电话给你 43
12. 留个地址电话，下次需要时再联系 46
13. 我再考虑考虑 49

第 3 章 排除客户心中的疑虑和担心

1. 你们的产品质量我很担心 53
2. 你们公司的规模如何 55
3. 你们的产品有缺点 57
4. 哪个推销员不说自己的产品好 59
5. 你们这个产品我从来没听说过啊 62
6. 我不能马上决定，需要跟××商量一下 64

7. 喜欢是挺喜欢的，但我还想再比较比较..... 67
8. 之前的产品感觉有问题，不是很满意..... 69
9. 你们的产品突然降价，我都不敢买了..... 72

第4章 与擅长讨价还价的客户如此沟通

1. 你们产品的价格怎么样..... 76
2. 你们的报价太高..... 78
3. ××产品比你们的产品高端多了，也没你们的价格高..... 81
4. 老客户了，给些优惠吧..... 84
5. 既然不让价，就赠送些礼品吧..... 87
6. 如果我订购量大，能给我便宜多少..... 90

第5章 巧妙应对客户的抱怨

1. 你们的包装也太差劲了..... 95
2. 你们的送货速度太慢..... 97
3. 操作太复杂了..... 101
4. 我要求退货..... 105
5. 售后服务提示不到位..... 110
6. 利润太低了，我们无法再合作下去了..... 113

下 篇 如何推销自己

第6章 开场话术有奇招

1. 如何利用新产品推销..... 117
2. 开场急切探寻客户需求不如请教客户..... 120
3. 吸引客户眼球的开场更有利于销售..... 125
4. 不同的客户用不同的说服策略..... 133
5. 销售员不能对客户说的话..... 138

第7章 利用客户心理引导交易

1. 客户害怕错过买不到..... 145
2. 客户喜欢被尊重..... 148
3. 客户喜欢随大流..... 151
4. 客户的好奇心是你展开销售的突破口..... 154
5. 客户爱占便宜..... 157
6. 客户爱攀比..... 160
7. 让客户为面子买单..... 163

8. 客户很迷信权威	166
9. 客户需要安全感	169

第8章 销售提问有诀窍

1. 通过询问甄别客户需求	173
2. 请教式提问, 拉近和客户之间的关系	175
3. 限制式提问	178
4. 探求性提问	180
5. 建议式提问	184
6. 肯定式提问	187
7. 类比型提问	189

第9章 销售员应该知道的职业风范

1. 销售员要自信	194
2. 销售员必须要有诚信	196
3. 不要在客户面前低三下四	199
4. 不要和客户争辩	203
5. 不要贬低竞争对手	206
6. 不要轻易向客户承诺	209
7. 明确拒绝不合理的要求	212

上篇 怎么应对客户

第1章

搞定客户， 先搞定他的传话者

秘书阻拦是销售人员经常遇到的情况。问题虽小，但却会成为我们约访客户的拦路虎，这就需要我们开动脑筋，找个恰当的理由，采用巧妙的迂回战术搬开这个绊脚石，而不是直接告诉对方我们要销售产品。

本章就从这个角度来进行分析，告诉你常见的应答策略，以及应该怎么来进行相关的操作。

1. 您好，您是哪位

销售员打来电话，秘书接听到电话，开口询问销售员：“您好，您是哪位？”

常见应答与错误销售策略分析



这句话很不完整，没有吸引力，如果你所在的公司是大公司，而且正好是秘书认识的，她还有可能与你探讨两句，如果她压根就没有听说过你这号公司，她很可能不耐烦地回答你：“找经理，先预约。”



一上来就目中无人，只会给秘书留下不好的印象，且说话语气略带刻薄。秘书会想，谁稀罕你找啊，一旦造成了秘书的反感，后面的对话就很难进行了。

难点解析

“您是？您有什么事？您来自哪里？”面对来访电话秘书一般会询问来电者详情。销售员回答这个问题的时候，不应从常理出发，直接告诉对方你来自哪里，要做什么，因为这样的回答很容易让秘书猜出你的底细、你意欲何为。销售员不妨用一种秘书捉摸不透的方式来回答她。

金牌销售员的销售实例

气势上不能输

销售员：“你好，请帮我转老李，谢谢。”（直呼对方经理的姓名或者昵称，给秘书造成一定的压力和假象）

秘书：“对不起，请问您指的是哪位老李。”

销售员：“李××，李经理。”

秘书：“李经理？那请问您是？”

销售员：“我是×××，我有要紧事，别耽误了。”

秘书：“那您稍等，我这就帮您转接。”

○金牌销售这么做

直呼客户姓名，说话抬高音调，掷地有声，铿锵有力，干脆利落。用一些威严的方式给秘书造成一定的压力，让秘书无法不信。

略施小计

销售员：“请问您刚才打我的电话有什么事？”

秘书：“打你的电话，我没打过啊。”

销售员：“你确定你没打，但我的电话上明明有你们的来电显示，一定是你们老板打了我们这边的电话，麻烦你帮我转接一下。”

秘书：“那您等等，我帮您转接过去。”

○金牌销售这么做

有时遇到秘书阻拦的时候，也可以略施小计，就比如告诉对方，她刚才打过你的电话，对方肯定会有疑虑，因为她没有打过你的电话，那么是谁可能打过你的电话，有可能是经理或者老板。

糖衣炮弹堵秘书

销售员：“你好，请问是××公司吗？”

秘书：“是的，请问您是哪位？”

销售员：“你好，我叫赵宇，请问您怎么称呼呢？”

秘书：“我是××公司王总的秘书徐丽。”

销售员：“徐丽啊，这名字好，听您的口音好像是四川人啊。”

秘书：“这你都能听出来，我说的可是标准的普通话啊。”

销售员：“因为我也是四川人啊，咋个回事听不出你的四川话呢。呵呵。”

秘书：“我说呢，你咋个回事听了几句话就知道我是四川人了。”

销售员：“都是一家人，对了，有时间咱们老乡约出来一起吃个饭啊，今天先办正事，能帮我转接一下你们王总的电话吗？”

秘书：“这样啊，那你稍等一会吧。”

金牌销售这么做

与秘书套近乎，迅速取得对方好感，也是解决秘书阻拦的一种方法，这种方法运用起来需注意不要太过刻意，也不要太过夸张，要平和自然地与之沟通。

金牌销售点津

技巧一：适当套近乎

大多数人经不起糖衣炮弹的袭击，在遇到秘书阻挠时，我们不妨试着跟对方套近乎，用“糖衣炮弹”的策略袭击秘书。这种方法往往具有较大的威力，其重要策略就是“赞美”和“套近乎”。

技巧二：适当给秘书施加压力

说话直截了当，不拖泥带水可以显示出一个人的严肃态度，再加上直呼其名等让人感觉强硬的方法，会给秘书一种威严的感觉，这样一般会较为容易地让秘书转接电话。

2. 你有预约吗

销售员来到前台询问秘书能否与经理见一面，秘书没有直接回应，而是询问销售员：“先生，你有预约吗？”

常见应答与错误销售策略分析



我有预约的，但还要排很久，能不能通融一下。

对于这样的请求，秘书可能一天要听几十遍，如果每个人她都可以通融，那老总把她安排在前线的作用在哪里？对于这样的请求，一般不会起到什么作用的。



没有预约，但我有诚意，我可是从广州过来的。

有的销售员为了能够突破秘书的阻拦，刻意把自己说得很可怜：“我昨天坐了一天火车，今天早上才赶来，一口水一口饭都没吃就赶来见李经理啊，我很有诚意的。”这样的理由太过牵强，没有说服力，仅靠口头上的诚意是打动不了秘书的。

难点解析

一般来说，销售员面见客户先与客户预约，预约成功之后方能见面。但是由于客户身份地位的不同，相应的预约难度也有所不同，特别是一些公司的经理或者总监等高层人物，预约他们的不只一个销售员，所以有时候销售员如果一味通过预约的方式见面，那么很可能要排很久的队的。这样的情况下，销售员只有通过一些特别的方式，才有可能突破秘书所说的“你有预约吗”这道屏障。

金牌销售员的销售实例

销售员要懂得“演”

1. 秘书：“先生，您有预约吗？”

销售员：“当然有，早就预约了的。说好了今天见面。”

秘书：“那请问您贵姓，我帮您查查。”

销售员：“姓吴。”

秘书：“对不起先生，您是不是弄错了，我们预约表上没有姓吴的先生啊。”

销售员：“不会吧，你们怎么能这么草率，我明明预约了啊，你们现在说表格上没有我的名字，我都等那么多天了。”

秘书：“先生，您别着急，我再帮您查查。”

销售员：“你们这么大的公司，管理制度这么不严格，犯这么明显的登记错误，你让我们这些预约好的公司以后可怎么办啊。这耽误我的大事啊，不行，我得赶快见你们老板。”

销售员有了横冲直撞的理由，秘书也因为担心可能是自己的失误造成了误会而感到心虚，此时销售员便可成功面见客户。

金牌销售这么做

把原因归结于秘书登记方面的失误，其实每个人做事免不了有遗漏失误的地方，销售员的坚决态度，必然导致秘书产生心虚心理，在这种心理的影响下，她们大多数选择妥协。在本身没有预约的情况下，你的演技决定了你是否能够见到老总。

2. 秘书：“先生，你有预约吗？”

销售员：“当然有，前几天和你们刘总一起吃饭的时候，他让我今天过到公司来看看。”

秘书：“哦，原来是这样，可老板没跟我交代啊，这样吧，我打个电话问问老板。”

销售员：“你先别打，刚才我打电话给他的时候，他好像有点不高兴，只是让我在他办公室等他，你现在要是打过去，十有八九要挨骂。”

秘书：“那这样吧，我带您去他的办公室。”

金牌销售这么做

有时候想想那些电视电影里明明是假的事，但是却能描绘得跟真的一样，关键还在一个字“演”，只要你演的让秘书皱眉头，那么离成功约见的机会就不远了。

金牌销售点津

大多数人在焦虑心理的作用下处理事务的时候难免会出现纰漏，当销售员说明秘书没有把他的预约当回事的时候，秘书会感到焦虑。焦虑的产生，必然会造成态度的转变，销售员利用秘书的焦虑心理可以扭转秘书的决定。

销售员上门拜访客户，却被客户的秘书拦下：“你找我们老板有什么事？”

常见应答与错误销售策略分析



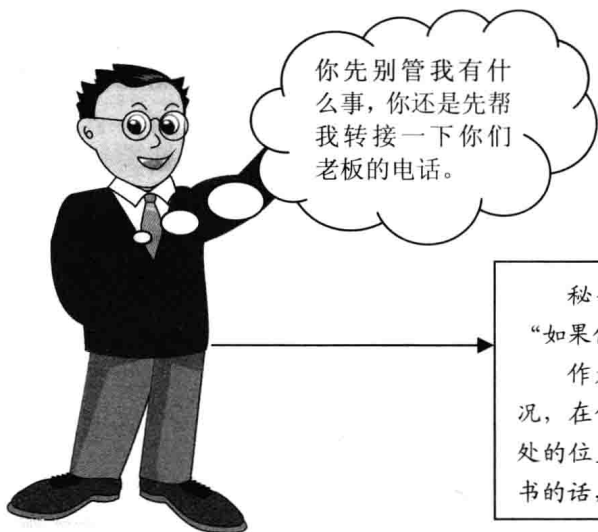
我叫××，这是我的名片，我找王经理……

这样平淡而没有吸引力的回答，一听就知道你是个没有多少经验的“菜鸟”，如果我是老板的秘书，也会把你拦下的。



有重要的事，帮帮忙，让我跟你们老总谈一谈。

当秘书听到你这种哀求的话语时，会毫不犹豫地挂断你的电话，因为你面见老板还要哀求秘书，这充分说明你是个无关紧要的角色。秘书如果同情你，帮你接通了老板的电话，那么挨骂的将会是她，因为这样做浪费了老板的时间。



秘书听到这句话的反应肯定是：“如果你不想告诉我，请挂断电话。”

作为销售员，要了解这个现实情况，在你和秘书的交谈过程中，你所处的位置是被动的，那些容易触犯秘书的话，还是少说一些。

难点解析

“找我们老板有什么事儿。”这句话其实就是秘书在给机会让你解释，如果你解释通了，让她信服了，自然会给你机会；如果你解释的理由无法使她信服，机会就流失了。

作为一名销售员，要想成功突破秘书的阻拦，必须让秘书觉得你是一个不可轻易推掉的重要角色。

1. 难缠的客户

2. 难缠的秘书

通常情况下销售员无法完成订单的两个拦路虎

金牌销售员的销售实例

拿经理当“挡箭牌”

1. “我想找你们秦经理。”

秘书：“请问您找秦经理有什么事？”

销售员：“是这样的，上次和你们秦经理谈过这次的销售方案之后，他非常感兴趣，所以让我随时联系他。”

秘书：“哦，是这样啊，那好的，我帮您转接。”

金牌导购这么做

巧妙借用“老板对我的销售方案很看好，有意要我联系”这个借口，以要找的经理做“挡箭牌”，这样，秘书通常是不敢轻易阻拦的，问题就能迎刃而解了。

借朋友之名

2. “您找老板有什么事？”

销售员：“我们是故交，他手机打不通，所以麻烦你帮忙转接。”

秘书：“哦……您稍等。”

金牌导购这么做

朋友、故交有深有浅，秘书在不知详情的时候，一般不敢轻易试水去阻拦你的。

态度坚决造假象

3. “您找老板有什么事？”

销售员：“有要事，请转接。”

金牌导购这么做

用简洁、有力甚至有些抽象的话，让秘书捉摸不透，这种说法往往会给秘书造成一种你确实很重要的假象。

金牌销售点津

技巧一：迂回作战

对于秘书的阻拦，销售人员可以采用迂回战术，比如：“我和×总之前谈过一个关于××的工程项目，现在需要跟×总确认一下”“×经理说想要了解我们的产品，希望我给他一些信息，麻烦转达一下。”

迂回战术就是要以客户有意要我们联系或者事关客户公司利益等作理由，以我们要找的经理做“挡箭牌”来应对秘书。这样，秘书通常是不敢轻易拒绝，问题就能迎刃而解了。