

BEST SALE



第一次做销售就上手

说服客户，高效成交，一本就够！

做好销售 就靠这几招

销售冠军全程训练

◎ 王宝玲 著

8 个销售绝招，招招制胜，
攻克销售环节的每一个死角！

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

做好销售 就靠这几招

销售冠军全程训练

◎ 王宝玲 著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

做好销售就靠这几招：销售冠军全程训练 / 王宝玲
著. — 北京：人民邮电出版社，2015.1
（第一次做销售就上手）
ISBN 978-7-115-37266-6

I. ①做… II. ①王… III. ①销售—方法 IV.
①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第233876号

内 容 提 要

销售工作就像一场没有硝烟的战争，战前需要进行市场分析；战中需要想办法赢得客户的信任；战后还需要让客户的满意度不断提升。在这整个过程中，有一个环节出了问题，就会影响到订单的成交和业绩的提升。本书提供的八招成交技巧，包含了销售的各个阶段，以及会遇到的各种问题。典型的事例和通俗的语言让本书更加实用，相信无论你是否是一名刚刚入门的销售新手，还是正在带团队的销售主管，本书都会让你受益匪浅！

-
- ◆ 著 王宝玲
 - 责任编辑 任忠鹏
 - 执行编辑 张婷婷
 - 责任印制 周昇亮
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
 - 邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
 - 网址 <http://www.ptpress.com.cn>
 - 大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷
 - ◆ 开本：700×1000 1/16
 - 印张：15.5 2015年1月第1版
 - 字数：221千字 2015年1月河北第1次印刷
-

定价：39.80元

读者服务热线：(010)81055296 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京崇工商广字第0021号

在销售领域，二八法则起着非常明显的作用，在为数众多的企业里，80%的业绩是由20%的销售员创造出来的。为什么这些不占多数的超级销售员的业绩是普通销售员的很多倍呢？原因其实很简单：他们掌握了必备的销售技巧，并且能灵活地运用它们！对于销售工作而言，不懂得促成成交的销售技巧，犹如在茫茫的黑夜里行走，永远只能误打误撞，销售业绩自然不会稳定。

销售工作就像一场没有硝烟的战争，战前需要进行市场分析，确定目标客户，制定挖掘客户的策略；战中需要想办法赢得客户的信任，满足客户的需求，发挥促进客户最终成交的智慧；战后还需要让客户的满意度不断提升，以促进订单源源不断而来。在销售的整个过程中，有一个环节出了问题，就会影响到销售业绩的提升。

要想让销售的整个环节都不出问题，方方面面的超级技巧是必须要具备的。掌握了这些技巧，你就不会约不到客户；就不会见到客户不知道说什么、不知道客户在想什么；就不会总被客户牵着鼻子走而突破不了僵局；就不会在销售即将成交的最后一刻功亏一篑；就不会和客户到头来只是一锤子买卖……

所以，成功的销售其实就是各种销售技巧的灵活运用，知道了怎么做，然后通过努力再做到。世间没有天才，没有人天生就是一个超级销售员。所谓的天才只是努力，努力，再努力。正如爱迪生所说：天才=99%的

汗水 +1% 的灵感。所以，只要你掌握了销售的技巧和诀窍，并努力地把它运用到实际的销售中去，就能成为一个所向披靡的销售高手。哪怕是刚入行的新人，也一样能够成为一流的销售人才。

本书运用典型的事例和通俗的语言，向读者详细介绍如何确定目标客户；如何赢得面谈机会并给客户留下一个好的形象；如何让自己的产品一下子就打动客户；如何说服客户做出成交决定；如何谈得一个好价格；如何看清客户心理，让成交的效率变得更高；如何掌握电话沟通的技巧，以及如何做好售后的追踪与服务。本书没有枯燥、深奥的理论说教，只有简单的实用方法和经典的销售案例与故事。如果你已经是一名优秀的销售人，本书可以帮助你更上一层楼；如果你是一位初涉销售行业的新手，本书为你提供了坚实的后盾，它能把你领进自信的殿堂，使你的业绩高涨、辉煌，成为销售精英中的精英。

第一招 弄清楚哪些人需要你，销售才能开始

- 找准真正的目标客户 02
- 成为准客户的 3 个条件 04
- 9 种方法帮你找到潜在客户 08
- 对客户进行整体性的评估 12
- 通过观察来判断客户身份 16
- 让客户为你说好话 20
- 跳出固有模式考虑问题 22
- 面对拒绝，好心态很重要 24

第二招 树立好形象，赢得与客户面谈的机会

- 培养自己的销售魅力 30
- 增加亲和力，赢得客户信任 32
- 10 个不可不知的注意事项 35
- 5 种开场白，你会吗？ 40
- 聊天的技巧与方法 43
- 客户的兴趣至关重要 46
- 面对拒绝和质疑，要淡定 49
- 有效利用销售“第三方” 54

第三招 产品介绍不好，拿什么来打动客户

- 让自己成为产品专家 58
- 练就优秀的撰文能力 61
- 善用演示的力量 63
- 提前准备，以应对可能的异议 67
- 让客户清楚产品的附加值 71
- 不做无法兑现的承诺 74
- 为客户推荐最合适的 77
- 邀请客户参与其中 80
- 从客户的角度出发 83

第四招 销售不成功，是你的说服力出了问题

- 与客户建立深层次的关系 88
- 客户满意了才会买你的账 91
- 巧妙获得客户的承诺 94
- 一定要盯紧客户 96
- 做详细、生动、准确的描述 100
- 让客户产生同感、共鸣 103
- 数据不会说谎 106
- 巧妙地向客户提问 109
- 有效应对拒绝你的客户 113

第五招 讨价还价，经验和情报的灵活运用

- 巧妙报价的方式 120
- 客户“嫌贵”？你得有说辞 124
- 一定要掌握好报价的时机 128
- 价格谈不妥，肯定有原因 131
- 勇敢面对谈判僵局 136
- 找个帮手来帮自己谈价格 139
- 筹码越多，在谈判中越有优势 141
- “杀熟”只会断了自己的财路 143
- 以退为进，迂回前进 147

第六招 巧妙攻破客户心理，实现高效成交

- 影响成交不可不知的因素 152
- 在最佳的时机提出交易要求 154
- 与客户实现互利共赢 158
- 狙击竞争对手，一定要快速高效 161
- 克服结束销售前的心理障碍 165
- 用数字、案例、对比来说话 167
- 请求客户帮助，完成交易 171
- 最后一刻是严峻的考验时期 174

第七招 用“心”服务，提高产品价值的利器

- 学习和掌握服务的礼仪 180
- 对于抱怨要认真倾听并理解 183
- 批评、埋怨客户是不理智的 186
- 用积极的心态来对待客户的投诉 189
- 成交后也要和客户保持良好关系 192
- 防止老客户流失有技巧 195
- 争取让老客户为你介绍新客户 198
- 客户投诉时要调节好情绪 204
- 不断挖掘客户的新需求 207

第八招 掌握电话沟通技巧，订单滚滚而来

- 进行电话沟通要注意礼节 214
- 电话一打通，就要立刻吸引客户 218
- 优秀的电话销售是从被拒绝开始的 222
- 巧妙地通过秘书关 225
- 不同类型客户的应对方法 229
- 重视接电话的技巧 232
- 通过激将法刺激客户 235

第一招

弄清楚哪些人需要你，销售才能开始

找准真正的目标客户

专业的摄影师之所以能拍出有意蕴、高质量的照片，不仅因为他们拥有坚实的后期制作功底，更在于他们独具慧眼，能够以独到的视角捕捉到那些触动人心的画面。没有好的视角，就不可能抓取独特的景物，更不可能制作出好的相片，这种功力直接成为鉴定摄影师水平的重要因素。销售也是如此，如果销售员一味地大范围猎及客户，找不准真正的目标客户，就如同摄影师胡乱取景，没有拍摄重点，结果拍下的照片很多，浪费了大量时间和精力，却忙而无果，收效甚微。

想在销售中获得成功，销售员就要从一开始做足准备，定准对象，审时度势，首先圈定合适的客户群，找准目标客户，这样后面的努力才有意义、有成效。

1. 圈定合适客户群的条件

想要找到合适的客户群，做好一系列的事前准备工作不可缺少。那么，销售员都需要做哪些准备呢？

（1）多接触客户

好的相片往往是摄影师在阅览无数景物资源后获得的，要想获得更多灵感、获取更多景物资源，摄影师就要多走多看，随时关注生活细节。想要获得销售成功，销售员也需要多多接触客户，充足的客户资源才能保证销售员有足够的选择余地。这样根据目标锁定，从庞大的客户群中分解出有效客户群体，再进行细致分析，就能精准定位那些最适合我们的客户。

（2）对产品情况了如指掌

如果你不能对自己的产品了如指掌，那么就算你对客户再了解，也很难找到准客户，这就好比你想拍照，还要看看自己的相机是否功能够多。因此你不仅要多接触客户，更要多了解产品。

除了认真了解自己的产品、市场影响力等之外，你还要关注市场上一些同类产品的情况，弄清你的产品在市场中的位置，弄清楚你的产品的核心优势是什么，劣势是什么，如何才能让产品脱颖而出，为客户所喜爱。这样你的前期准备工作才算做好了。

2. 如何圈定适合的客户群

每一个客户都是你的潜在客户，但是只有那些准客户才有条件购买你的产品，你必须确定哪些潜在客户将成为你的准客户，这样你才有可能实现既定的销售目标。

（1）会议寻找

会议寻找是指利用参加会议的机会，通过与其他与会者建立联系来寻找客户。例如新产品洽谈订货会、产品展销会、贸易年度洽谈会、高交会、广交会、中小企业博览会等，以及其他类型的展览会等。

销售员想在博览会和商业展览中成功获得新客户，就要好好准备，当人们走到摊位前仔细观看产品时，销售员应该记下他们的名字和地址，以便日后与客户进一步接触。

（2）电话寻找

电话寻找颇有难度，需要让对方觉得有必要见你一面，或让准客户对你的拜访感到有兴趣。电话拜访时要有自信，语调要平稳，口齿清晰，用字贴切，理由充分。声音清晰、悦耳、吐字清脆，能够给对方留下一个好印象。

电话寻找，重点在于“话”，销售员要在“话”上多下功夫。

(3) 个人观察

个人观察是指销售员通过自己对周围环境的分析和判断来寻找客户。这是一种比较古老的方法，也是一种基本的方法。用这种方法寻找目标客户，销售员的职业素质和观察能力就显得尤为重要。

圣诞节前夕，在某高校的大门前，有一位老人摆了一个地摊，叫卖苹果。但由于天气寒冷，购买者寥寥无几。一位学生见此情景，决定帮助老人把苹果卖出去，于是上前与老人商量了一下，提出了一个促销方案，老人同意了。这位学生就去附近的节日礼品店买来一些红彩带和包装袋，和老人一起把苹果都包装起来。接着，两人开始叫卖：“情侣苹果，三元一对。”

包装精美的苹果在圣诞节的气氛下，更显得鲜艳夺目。过往的情侣们都觉得很有趣而新鲜，不一会儿功夫，苹果就全部卖光了。老人收获颇丰。

寻找客户不是简单地找到一堆客户名称、电话、地址、联系人，更需要充分了解行业的状况与动态，从而能够根据客户的状况变化，发现商机，适时地做出适当的公关活动与媒体推荐，取得更好的业绩。

成为准客户的3个条件

作为一名销售员，只有拥有足够多的准客户，才有可能交出漂亮的业绩单。许多人之所以没有成为成功的销售员，是因为没有注意到准客

户的重要性。所以，销售员所面临的问题是如何去寻找这些准客户。

1. 什么样的客户才是准客户

(1) 有购买意向

有购买需要的人才能称之为准客户，只有当客户具有购买意向，对产品有需求，他才有可能成为你的客户。如果没有购买意向，就像爱好清静的修行者对摇滚音乐碟片没有需求一样，无论销售者如何费尽心机，也不可能达到让其购买的目的。而对一些现在没有，但将来可能有产品需求的客户，销售员就应该采取各种方式，如劝说或者使用广告，使其变成潜在客户，变不可能为可能。

以下购买意向与销售员的表现有着很大的关系，甚至有的客户的购买意向只是转瞬之间的事，如果销售员没有及时发现客户的购买信号，适时地加以促成，很可能就会错过这单生意。

以下这些行为是客户有购买意向的表现。

- » 反复就某一问题提问，而且是比较具体的问题。例如，产品的性能、规格、型号、运输、包装等。
- » 拼命压低价格。例如说：“你要是不降价我就到别人那里买了。”
- » 很仔细地翻阅你带来的资料，并不住点头。
- » 语气变得缓和，并且开始询问有关售后服务的事情。

客户的表现也许不像上面所提到的那么典型，这就需要销售员在跟客户交谈的过程中仔细地观察、分析和揣摩。一个销售员在交易过程当中，应该充分了解顾客心里的想法，才能在适当的时候提出成交的要求，从而达到自己的目的。

（2）有购买能力

根据人们收入多少的不同，购买能力也不同。倘若你的产品是奢侈品，大多数年轻人都喜欢高档消费，但是月工资只有 1000 元的人是没有能力购买的。而那些高收入的金领或老板，则具有较高的购买能力。假如你的产品是生活消耗品，那么家庭主妇则是最具有购买能力的。

一般来说，穿戴服饰质地优良、式样别致的客户，应该具有较高的购买能力。而服饰面料普通、式样过时的客户多是购买力水平较低的人，更关注满足日常生活方面需求的产品。推销员通过观察客户的服饰打扮，大体上可以知道客户的职业、身份及购买力水平。

（3）有购买权力

罗伯特·马格南有一句名言：“如果你想把产品卖出去，就得去和那些有购买决策权的人进行谈判，否则，你就会徒劳无功。”因此，要实现销售，你最好还是找到具有决策权的购买者。很多家庭中都是女人掌管财政，男人虽有足够的工资，但他们在这方面并没有决定权。

在销售员面对一些客户的时候，没有决策权的客户会直截了当地告诉他：“这件事不归我管，我没有做决定的权力。”对于这样的客户，最好在对他表示感谢的基础上向他询问负责人的名字或头衔。如果他真的不是负责人，他一般情况下会告诉销售员问题的答案。如果他对销售员的询问并没有明确的答案，那往往表明他就是负责人，在这种情况下，销售员就需要继续努力地向他介绍自己的产品了。

2. 如何找到购买决策者

找到决策者可能是一个复杂的过程，你需要和许多人打交道，他们可能在一个水平层面上，也可能在一个垂直层面上，也可能更复杂。下面几条建议会帮助你找到决策者。

» 参考法。在同一行业里，采购流程和关键拿主意的人是相近或相同的。你可以参考你在同类行业的其他公司的经验，或者从有这类行业经验的朋友那里找到方法。

» 从高层开始。尽可能在纵向的层面上，从高层开始。

» 运用公司的文档。如果你的目标客户是公司的老客户，那么以前的接触记录会给你提供相关的信息，就算是客户公司的人员已经更换，但相应职位的人可能仍然是决策者。

» 直接提问法。这种方法适用于上门推销。“张太太，这件事是由您决定，还是和家里其他人一起决定？”当然，这只是在你认为绝对有必要的情况下才能问的，你自然不希望你的问题提醒了客户：“对了，我还是等我丈夫回来和他商量下再说吧。”

3. 克服先入为主的偏见

销售员若是经常怀有这样的观念：“这个人肯定不可能成为我的客户”，而只愿意接触那些具有明显需求的客户，那么销售就会走入绝境。

以下这个故事值得参考。

一个农夫非常勤劳，于是上帝告诉他，海边有一块石头比其他石头都热，它可以点石成金。于是农夫来到海边，在成千上万块石头中开始寻找那块可以点石成金的石头。他捡起一块石头，再摸摸别的，总觉得拿起来的不如其他的热，于是便一块块地扔进大海，继续寻找。终于有一天，只剩下最后一块石头了，可这块石头并不如他期望的那样可以点石成金。

寻找客户时，不能总是想着“找到更热的石头”，我们要认真对待我们捡起来的每一块“石头”。无论在哪里，不管面对什么样的人，都要有“客户就在这些人当中”的精神，这样才能挖掘到。

9 种方法帮你找到潜在客户

一个销售员或一个团队被派到一个完全陌生的地区去开拓新的市场，可是人海茫茫，客户在哪里呢？分区域地毯式的搜索和毫无目标的陌生拜访，期望以大量的拜访次数来获得潜在客户，不但效率低、浪费金钱，而且疲惫和不断的拒绝还不停地吞噬着销售员的自信心。这里介绍 9 种高效寻找潜在客户的方法。

1. 邮寄寻找法

邮寄寻找，是以邮寄信函的方式来寻找客户，在有大量的可能的潜在客户需要某一产品或服务的情况下，用直接邮寄的方法是寻找潜在客户的一种有效的方式。

销售员可以通过以下几种直接邮寄的方法寻找客户。

- » 在不同的季节邮寄不同的产品目录或定期向客户寄送商品目录。
- » 在条件准许的情况下，适当向客户邮寄一些小礼品或一些写有温馨祝福的卡片。