

Mc
Graw
Hill

Education

SOAR

高效联系决策者的电话攻略

销售可以走直线

[美]大卫·海博德 玛妮丽·海博德◎著 黄杰勤◎译



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

Mc
Graw
Hill

Education

SOAR

高效联系决策者的电话攻略

销售⁸走直线

[美]大卫·海博德 玛妮丽·海博德◎著 黄杰勤◎译



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

• 北 京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

销售可以走直线: 高效联系决策者的电话攻略 / [美] 大卫·海博德, [美] 玛妮丽·海博德著; 黄洁勤译.

北京: 中国经济出版社, 2014. 7

ISBN 978 - 7 - 5136 - 3320 - 8

I. 销… II. ①海…②海…③黄… III. ①销售—方法 IV. ①F713. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 135921 号

Hibbard, David.

SOAR selling : how to get through to almost anyone : the proven method for reaching decision makers/by David Hibbard and Marhelle Hibbard.

ISBN: 978 - 0 - 07 - 179371 - 1

Copyright© 2014 by McGraw - Hill Education.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw - Hill Education and China Economic Publishing House. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright© 2014 by McGraw - Hill Education and China Economic Publishing House.

版权所有。未经出版人事先书面许可, 对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播, 包括但不限于复印、录制、录音, 或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字翻译版由麦格劳 - 希尔 (亚洲) 教育出版公司和中国经济出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内 (不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾) 销售。

版权© 2014 由麦格劳 - 希尔 (亚洲) 教育出版公司与中国经济出版社所有。

本书封面贴有 McGraw - Hill Education 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号: 01 - 2014 - 1177

责任编辑 刘大朋
责任审读 霍宏涛
责任印制 巢新强
封面设计 任燕飞设计工作室

出版发行 中国经济出版社
印刷者 三河市佳星印装有限公司
经销者 各地新华书店
开本 710mm × 1000mm 1/16
印张 13
字数 175 千字
版次 2014 年 7 月第 1 版
印次 2014 年 7 月第 1 次
书号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 3320 - 8
定价 49.80 元
广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037
本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68355416 010 - 68319282)
国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010 - 88386794

SOAR 销售法的口碑

“我们公司在应用 SOAR 销售技巧后迅速实现了 100% 的投资回报，但通过该项目所确立的个人及管理层责任机制更让我们受益无穷。”

——珍尼比·杨博尔，真实资本分析公司主管/行政副总裁

“SOAR 销售法将为您提供经过验证的建立差异化优势的方法。”

——杰迪·奇莫，仲量联行米德韦斯特运营总监

“作为公司前任全国销售导师和全国销售支持经理，我曾为施乐加拿大公司 380 名专业销售人员提供培训。我觉得在推动新业务及加速销售周期方面，SOAR 是最具改革性及影响力的销售课程之一。”

——拉娜·韦尔兰，施乐加拿大前任全国销售导师

“每位销售员都需要提升自己的客户开发技巧，我们发现 SOAR 销售法提供了一套建立差异化优势的可行方法。SOAR 的技巧实用性强，紧贴业务实际，便于应用，对所有致力于取得卓越销售业绩的组织及个人具有重要意义。”

——瑞驰·迪亚兹，高级资源公司总裁

“SOAR 可为你提供与目标对象进行联络的途径。”

——马克·波茨沃斯，《Solution Selling》作者及《What Great Salespeople Do》合著者

“SOAR 销售法”提供了一种可建立长久盈利关系的关键业务工具。戴维和马奈丽并不仅仅给你列出销售流程的条条框框，他们在认认真真的告诉你一些必不可少的成功秘诀。

——马库斯·白金汉，纽约时报热门专栏作者，研究员，励志演说家及商业顾问。

“对于任何致力实现卓越销售及打造高端客户体验的专业组织来说，SOAR 方法具有至关重要的作用。”

——梅尔·帕克，戴尔消费者业务部总裁及北美地区总经理。

“SOAR 销售法的完整体系及显著效用不仅有利于克服电话推销恐惧症，更能激励销售人员成为电话推销达人。对于 Vistage Chairs 这样一家专门招募 CEO 及其他企业高层成为会员的机构来说，通过这种经过验证的有效的电话沟通方法，我们取得了前所未有的成效。SOAR 的确确实让我们的业务节节飙升。”

——拉斐尔·帕斯特，伟事达国际董事会主席及 CEO

“当我们要驱动一项全新业务的时候，SOAR 就被放在了柏林公司业务战略的前沿，因为它确实能发挥重大作用！”

——安德列提·伯林，柏林包装董事长及 CEO，芝加哥白袜棒球队有限责任合伙人

“SOAR 销售法则使我们的生产力得到了质量和数量上的提升。我们在设定目标，追踪进程，应对回绝方面都采用了前所未有的条理性的方法，效果显著！”

——尼尔·韦色托，洛杉矶天使队赞助商及执行董事

“停止因无法联系决策者而产生的抱怨吧。阅读 SOAR 并用其中的方法与 CEO 取得联系，接下来你要做的就是聆听。”

——马克·高斯顿，全球畅销书《*Just Listen*》作者

“社会化媒体销售专家声称找到了打开目标客户大门的秘密钥匙，实际上是由于如今的客户市场比以前更易进入了。SOAR 销售法给销售人员传授了一种可量化的电话推销策略及步骤，使他们打电话次数大幅减少的同时，却得到了更多与客户约见的机会。”

——杰哈德·葛史汪德纳，《超级销售力》出版商

前 言

为什么要用 SOAR

SOAR 的效用已经被众多北美及欧洲地区的公司证明。该方法已持续带来了惊人的投资回报 (ROI): 根据客户反馈, 初始项目投资 12 周内所实现的 ROI (投资回报率) 在 200%~2000% 之间!

细想一下, 这个回报十分可观。一个公司的销售队伍在接受培训后的 12 周内即实现了爆炸性的投资回报, 想象一下应用 SOAR 一年, 将实现何种业绩。(对于那些无法在 12 周内完成销售周期的公司, Dialexis 将基于 SOAR 产生的预期营收估算投资回报率。)

SOAR 是一套久经考验的可供专业销售人员在陌生销售环境中联系决策者及高层影响者的技巧, 可在单次有效呼叫中实现高达 90% 的联络率。此书首次披露了 SOAR 的全部战略内容。如果你仅仅是读完了这本书或者只是偶尔应用, SOAR 不会对你有太大帮助, 正如用旁观的方式“做运动”并不会促进健康一样。要从 SOAR 中获益, 你必须以开放的心态接纳其改变结果的巨大潜力, 并以此达到及保持排名前 20% 的成绩。而达到及保持此成绩的方法是持续驱动新业务, 开发订单是必由之路。

虽然前期工作总是壁垒重重，但作为一套规则，SOAR 的效用正是通过不断征服阻碍来逐步提升的。在数年开发及培训的过程中，我们曾多次遇到销售或销售经理在现场呼叫环节开始前对 SOAR 的有效性提出质疑。但一旦现场呼叫开始，SOAR 的实际作用随即得到认可。参与者在课堂上完成实时呼叫实践是每次培训中的固定内容。

尽管无法在书中进行实时呼叫，我们还是想强调积极思维的重要性，并对本书内容作基本概括：即 SOAR 所应用的系统性的致胜法则。书中概述了高水平完成决策层联系的秘诀，你应学以致用，并对通话结果进行跟踪测评，届时请访问 SOAR 的网页 www.soarselling.com，点击“SOAR 致胜”的索引键分享你的成功故事！

目 录

第一章 什么是 SOAR	1
SOAR 为何与众不同	2
投资回报率 (ROI) 及其衡量方法	4
对于 SOAR 的评价	8
淘汰业务拓展的旧套路	9
SOAR 的适用行业	10
SOAR 在非销售环境中同样可以建功	11
总结	13
第二章 为 SOAR 做好准备	14
你的节点	14
认真了解个人节点的影响	15
一份好的呼叫名录很重要	16
确定你的客户开发战略	18
一个来自高额佣金销售行业的真实故事	19
每天打多少个客户开发电话才是正确的?	21
桌面整理及持续性的开拓	23
一个真实的故事	23

客户关系管理的重要性	24
总结	27
第三章 思维决定业绩	28
思维模式的定义	28
为什么会不愿意打电话：影响销售人员思维模式的	
七大问题	28
拥有强大思维模式的秘密：开发你的“磁场”	34
思维转变的简易方法：到海边去	36
关于发现自身热望的真实故事	38
关于失去重心的一个故事	40
思维 VS 策略	41
在排名前 20% 的队伍里	43
观念影响思维	45
关于思维转变的真实故事	48
观念影响新业务的拓展	49
关于思维转变结果的真实故事	50
一个我本人的故事	50
你不愿改变观点的原因：甜头的引诱	51
对你的业绩百分百负责	52
消极人群对你思维模式产生怎样的影响	54
总结	57
第四章 产品知识	59
打电话之前你需要知道什么？	59

一个关于产品知识的力量和诚信营销的故事	61
作为销售专业人士的责任	63
谁负责提供产品知识	64
如何加速产品知识学习	65
结论	65
 第五章 对前台的认识：信息禁区	 67
前台接待员不是敌人	67
创造你的成果	67
前台是挑战，不是障碍	68
信息禁区	69
“芯片式交流”：被编程的前台思维	71
“芯片”的故事	71
终结类提问：你是怎么被屏蔽的	72
终结类提问的回答方法	74
产生误导的前台回应：关键词的倾听	77
总结	82
 第六章 斗牛战术：到实权领域中去	 84
实权领域	84
关于总裁行政助理	85
关于针对总裁行政助理运用 SOAR 的故事	86
关于“实权领域”里终结类提问的注意事项	87
总结	89

第七章 核心价值阐述	91
价值阐述与价值主张	91
价值阐述的构建	92
案例	93
关于价值阐述的其他建议	99
价值阐述范文	101
狮子与火圈	103
针对交易型客户与关键型客户的价值阐述	104
价值阐述的传达	107
通用型价值阐述（来自）SOAR	108
总结	109
第八章 了解你的潜在目标及现有客户的行为	110
DiSC®：读懂人心的艺术	110
四大行为类型及其含义	111
将你的风格与客户风格适配	113
激励和关联	115
总结	116
第九章 应对拒绝	117
关于产品、市场、竞争者及客户的知识	117
应对回绝与聆听密不可分	121
信息捆绑：运用关键词聆获悉所有拒绝意见	122
总结	123

第十章 关于“资料发送”请求的处理	125
创建“资料发送”文件夹：提高时间价值	125
“发送资料”与企业主张	126
证实“发送资料”的请求：是否存在商机？	127
用第六种回应将“资料发送”需求转化成会面	131
总结	132
第十一章 无法通话时的“神秘留言”（创造高达 85% 的 回电率）	133
通过留言实现 85% 以上的回电率	133
关于“神秘”留言的故事	134
进行“神秘留言”与接听留言回电	135
第十二章 在社交网络中运用 SOAR	139
社交网站如何给 SOAR 提供帮助	139
LinkedIn 的力量	139
SOAR 如何在社交媒体上发挥作用	140
将 LinkedIn 与 SOAR 联合的一些潜在危险	140
总结	141
附录 1：写给销售经理的话	142
附录 2：写给销售的话	162
SOAR 呼叫统计数据（全美及欧洲地区）	191
训练卡	192

第一章 什么是 SOAR

SOAR 是由 Dialexis 团队开创的一种通过电话联络到决策者和高层影响者的沟通法则。SOAR——Surge of Accelerating Revenue, 即销售收益加速增长。SOAR 销售法旨在帮助各行各业的销售人员在业务拓展时, 以更少的电话取得更多的联系, 并获得更多约见的机会。

SOAR 销售法是基于我们两位作者(大卫和马妮丽)及迪阿莱西斯(Dialexis)公司销售培训团队所开展的广泛实地调研而逐步形成, 其间历经了 15 年的不断发展完善。与决策者或高层影响者取得联系是一项艰巨的任务, 因此必须从各种各样的途径中找到一种真正有效的方法。我们下决心要开发出一种可以带来前所未有的成功率, 并改变传统销售人员沟通方式的法则。

数年来, 在对各种不同途径进行测试的过程中, 我们始终关注的一点是, 要找到一种符合道德标准, 便于指导说明, 并且人人都能适用的方法。当认为找到了这种方法的时候, 我们随即在美国、加拿大及欧洲的中部和东部进行了测试, 收到了来自公司领导, 销售经理及销售人员的海量回复。使用了 SOAR 的公司不仅对这种技巧的有效性大为惊叹, 同时也对该方法在短期内迅速提升 ROI(投资回报率)的效果赞叹不已。通过这种方法, 从资深的销售行家

到刚入门的菜鸟都对拓展新业务有了全新的体验。应用 SOAR 的公司已经打破重重障碍，将每一个有效呼叫的联络成功率提升到了 90%。而 ROI 在项目实施后短短 12 周内即实现 200%~2000% 的增长，则是对该方法成效更有力的说明。

目前，世界各地的知名企业如：伟事达、歌诗达、甲骨文、思科、戴尔、洛杉矶天使队、摩根斯坦利、柏林、雅虎以及成百上千的中小企业已经在自己的销售团队中推广 SOAR，他们都获得了这种通过电话即与业务高层达成沟通的新体验。

SOAR 为何与众不同

很多销售理论往往着眼于业务开始后该怎么做，但其实我们知道普遍困扰销售们的问题是到底该如何开始。销售人员希望找到不用打数百个电话就能跨越以往各种障碍，直接进入到企业高层决策圈的好方法。大订单销售法、桑德拉销售法、专业销售法、解决方案销售法、战略销售法等都是数一数二的好策略，但他们无一例外都是针对业务展开后的做法。我们认为只有解决了如何开始的问题，才能为销售从业人员减轻负担，为公司新业务的驱动提供更好的途径，同时也能减少组织的损耗，因为销售们真正掌握了联络的诀窍。

以下是 SOAR 的几点优势：

联络成功率

SOAR 方法可使每一次有效呼叫联络到决策者与高层影响者的成功率提升到 90%。再次强调，其他的销售专家都在研究开始之后

该怎么做，而 SOAR 专注于应该怎样开始。90%的成功率是截至到近期的统计结果，这个结果将会随着实地培训的开展进行季度更新。

ROI 投资回报率

这个项目的效果是可衡量的。应用 SOAR 的公司在项目实施后短短 12 周内即实现了 ROI 增长 200%~2000%（200%~2000%的区间范围是从企业或个体的价值报表中体现的，将在后面章节中讲述）。简单来说就是，当一个客户针对 SOAR 进行投资并从现在开始马上实行，他将在未来的 12 个星期内得到 200%~2000%的回报。

问责制

在 SOAR 开始应用后的 12 周评估周期内，经理及销售是对结果直接负责的。在此期间，我们公司团队将与项目相关的领导层保持紧密接触。更为关键的是，SOAR 的辅导环节让 Dialexis 团队在这 12 周内与客户朝夕相处，以保证项目持续促进销售和投资回报高涨。

战术与理念

我们明白战术的作用，但更清楚理念转变的重要性，因此在整个培训过程他们都将思维模式贯穿其中。仅仅知道“怎么做”是不够的，只有明白“为什么这样做”才能真正不同凡响。理念的部分将会帮助每个人用开放的心态接受 SOAR 这种新方法，并用其推动新业务。

概念验证

我们的团队将教授如何通过电话联络到决策者的方法（或者是如何在拜访时接触到决策者的方法，这又是另一个完全不同的途径），接着他们让销售团队在培训现场以实时通话来证明自己已经掌握了 SOAR 的法则。大多数时候，每一个参与者都是在导师的示范与指导下，当着全体培训学员的面进行真实通话的。我们保证，培训结束时，每位参与者都能够实际应用所学内容。

培养培训者

针对世界 500 强企业或其他拥有庞大销售队伍的公司，Dialexis 还形成了一套培养培训者的可交付方案。任何经过公司指派，并希望得到 SOAR 理论认证的个人都能接受这项培训。这样一来，我们的客户在减少整体资金投入的同时，也加快了组织内部知识传递的速度。

知名度

如我们先前所说，SOAR 方法已在众多世界 500 强企业及其他中小企业的应用中表现出显著成效。

投资回报率（ROI）及其衡量方法

让我们来看一个证明 SOAR 效用的突出案例。我们公司曾于 2007 年受聘于一家品牌强大的世界 500 强公司，为其销售人员提供