

把

销售就是要和“拒绝”作战

拒绝

全美顶级销售专家的二十堂销售课

变成

【美】詹姆斯·F·埃尔斯

订单

美国最顶尖推销员正在
学习的销售课程

凝聚全美37位销售大师
智慧的经典力作

把 拒绝

全美顶级销售专家的二十堂销售课

变成 订单

【美】詹姆斯·F.埃尔斯◎主编
张皓◎译

图书在版编目(CIP)数据

把拒绝变成订单 / (美) 埃尔斯 (Ells, J.F.) 主编; 张皓译. -- 北京: 新世界出版社, 2014.7

ISBN 978-7-5104-5128-7

I. ①把… II. ①埃… ②张… III. ①销售学 IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第147626号

把拒绝变成订单

作者: [美] 詹姆斯·F.埃尔斯

译者: 张皓

责任编辑: 王正斌

责任印制: 李一鸣 郑珊珊

出版发行: 新世界出版社

社址: 北京市西城区百万庄大街24号(100037)

发行部: (010) 6899 5968 (010) 6899 8733 (传真)

总编室: (010) 6899 5424 (010) 6832 6679 (传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版权部: +8610 6899 6306

版权部电子信箱: frank@nwp.com.cn

印刷: 三河市兴达印务有限公司

经销: 新华书店

开本: 720 × 1000 1/16

字数: 252千字 印张: 16

版次: 2014年10月第1版 2014年10月第1次印刷

书号: ISBN 978-7-5104-5128-7

定价: 35.00元



版权所有 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。

客服电话: (010) 6899 8638

序言

制造商、批发商、出版商、零售商以及其他所有需要进行专业推销的行业都需要杰出的推销员，并愿意为其支付高额薪金。不过，这种需求仅适于拥有高学历、经过训练并且胜任该职位的人员。可以说，要想在任何职业或领域中获得成功，首先都必须学习相关课程，早做准备，销售领域也不例外。

正因为对杰出推销员的需求，我们才有必要为销售这门学科提供基本原则。同时，这也满足了广大学习者提升销售技巧的需求。

我们意识到，今天的学习者不再满足于表面的事实，他们想要挖掘能掌控这个世界的根本原理和规律。本书尽可能全面地覆盖了这方面的知识，其课程旨在教授成功销售的科学之道和销售的艺术。此书由37位美国顶级销售专家的讲稿汇编而成，结构安排合理，系统性强，能够逐步指导学习者掌握全部内容，引领其进入销售领域，并获得成功的信心。

我们致力于进行启发式教育，而非向学习者

一次性地灌输所有的知识，因此我们相信这本书的课程安排逻辑性强，科学合理，能够印证我们的观点，即销售是一门专业，销售的行为是一种艺术。

在销售领域，对销售人才的需求迅猛增长，获得报酬的机会源源不断，每一个付出时间和才能的人都会获得应有的回报。我们所提供的这门课程，将确保学习者有能力获得销售专业的相关工作。

每一位学习本书课程并将其应用到实践中的人都将受益匪浅，并在未来的工作和生活中充分发挥他的才能。

詹姆斯·F.埃尔斯 (James F. Ells)

001 第一课 关于销售，你需要知道的事

在商业领域，商品或服务为获利而销售。只有当买方认为物有所值时，才会产生购买行为。销售不仅必须有利于推销员或他代表的公司，也必须有利于买方。无论销售商品、服务还是能力，只满足一方的销售是行不通的。

009 第二课 你天生就适合干销售？不，一切都是后天的！

客户在与你接触的第一时间形成了对你的印象，而你给客户留下的这一印象将体现你的个性。这里我们想强调的是，你能“决定”是否留下良好的印象，你的个性是否能体现出一些有助于优化消费者对你评价的品质或特征。

019 第三课 成功向前第一步——评估你的销售实力

一个人只有充分了解自己所具有的全部能力，才能将它们掌控在自己手中并系统地加以利用，而获得高薪的秘诀就在于，知道如何利用自身能力比他人更好、更快地完成任务。

027 第四课 影响客户购买决定的因素

让客户成为买家的秘诀就在于，推销员能将其对所销售商品的信念和热情传输到客户的思想里。仅用语言是不够的，因为客户永远处于警觉和防御的状态，并准备用语言进行冗长的争论。

035 ▣ 第五课 更多的成功交易——只要你善用心理暗示

从心理学上讲，产生信任和采取行动的方法主要有两种，即论证和暗示。暗示是一种观点或信念，它能摒弃大脑中与自己冲突的观点或信念，增强相关观点，为恰当的行为铺平道路。

043 ▣ 第六课 把握客户心理状态的十项暗示原则

说“先生，买哪份报？”的报童，会比不理睬客户的报童卖出更多报纸。推销员如果能不动声色地引导客户，让他自己迈出最后一步，就像这是他主动选择的一样，那么这个推销员就掌握了最难却最有效的方法。

051 ▣ 第七课 个人发展规划

从现在起，你必须开始给自己暗示，从而锻炼和发展自己，使自己变成想要成为的人。然而，评判自己比评判别人难得多，我们眼中的自己与别人眼中的我们不同，因此，这种评判必须公正。

061 ▣ 第八课 顶级推销员的十一项品质

意志力、判断、知识、自制、专注、决心、直觉、耐心、毅力、机智、欲望，一个也不能少。如果形成习惯，在每一项重要交易的过程中你都分析采取的不同步骤，就会很容易看到每一项品质所起的作用。

073 ▣ 第九课 成为顶级推销员的十种力量

如果你愿意为了工作付出努力，我们相信你有潜力和足够的能力在任何领域都能取得显著的成绩。但不要忘了成功的代价——努力，勇敢地充满希望地努力。

085 ▣ 第十课 促进销售的积极力量

小约翰·戴维森·洛克菲勒(John D. Rockefeller, Jr.)在被问及什么是成功企业家的主要条件时说道：“有三点，一是诚实，绝对诚实；二是勤奋，并要有智慧加以支持；三是坚持。”

099 ▣ 第十一课 销售就是要搞定人

推销员能够正确解读人很重要，要能一眼看出谁值得信任，谁应该避免结交；知道必须和什么样的人打交道，如何接近他，什么样的行为能让他很好地接受你而不是抵触你。

113 ▣ 第十二课 读懂客户的非语言信号

客户会在一言一行和一颦一笑中暴露内心最真实的自我。同时，通过面部特征、手足动作，我们也往往可以成功读懂客户。

127 ▣ 第十三课 想征服客户，先驱动自己

你想要且必须要挣的钱现在还在别人手上。你将如何拿到它？正确而可靠的方法就是让自己成为优秀的推销员，这样别人就会用金钱来换取你的时间和才能。

141 ▣ 第十四课 你的魅力价值千金

机智、知识、信心、热情和力量是个人魅力的基础。通过时间，个人魅力一定会给你带来朋友，他们构成了你的商业资本、财富和能激发公众的信心，并给你带来成功。

153 ▣ 第十五课 想销售产品，先销售自己（上）——批发行业

充满活力的推销员总是很忙碌，他们对公司和客户的利益一直积极上心，常常能受到他人的欢迎，是团队的核心成员。他们的一举一动都能激发老板、客户和潜在客户的信心。

171 ▣ 第十六课 巧妙处理问题，扫清成交障碍

“服务”在商业中已变成一条准则。如果你能为客户提供更多的服务，客户便会愈加看重你，你就有可能和他成为永远的合作伙伴。要研究你的客户，他的生活、雄心壮志、需求、苦恼和业务，然后带着尽力为客户和公司服务的心态开展你的工作，这样你便能得到订单。

189 ▣ 第十七课 想销售产品，先销售自己（中）——零售行业

公司支付的薪酬不仅包括推销员的时间，还有其取得业绩的能力。在推销中，这种能力就是其向公司提供的商品，以换取其应得的薪酬。推销员应当愿意让公司从生产的商品和自己的劳动中获利。如果他在每个细节上都认真、可靠，那么将没人可以阻止他进步。

205 ▣ 第十八课 想销售产品，先销售自己（下）——特殊行业

有一种微妙的东西叫作“购买精神”，经验丰富的推销员知道如何创造或提高“购买精神”。简单来说，它只是买家愿意接受的态度。激起这种态度的可能是一句话、一个无意的行为、一次调查、一点幽默，或一件让买家和推销员都感到轻松的趣事。

219 ▣ 第十九课 大项目销售中的必杀技

在不同工作阶段的压力下，你对其中一些问题必须快速做出决定。这通常需要高层次的执行力、准确的判断，机智、策略，无限的精力，以及该领域的全部知识。

235 ▣ 第二十课 结语：属于你的时代，你准备好了吗？

这是一个“适者生存”的时代，“适者”就是那些充分武装自己和做事最有效率的人。历史上从没有一个时代像现在一样，能提供如此多的机会。但获得这些机会有一个前提条件，那就是候选人必须有资格。因为，历史上从没有一个时代像现在一样如此普遍地要求年轻人掌握专业知识和技能。

第一课

关于销售， 你需要知道的事

在商业领域，商品或服务为获利而销售。只有当买方认为物有所值时，才会产生购买行为。销售不仅必须有利于推销员或他代表的公司，也必须有利于买方。无论销售商品、服务还是能力，只满足一方的销售是行不通的。

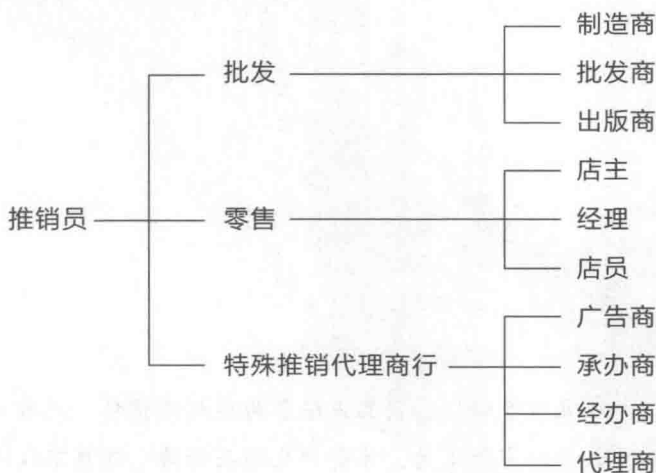
推销是一种通过销售来获利的行为，它既是一门科学，也是一门艺术。

作为一门科学，推销不仅结合了实践中发现并总结出的有关经验，而且还系统综合了与之相关的所有因素。

作为一门艺术，推销是一个人的个性与知识的完美结合，并以此吸引他人，获得他们的信赖。

换句话说，销售力包含了一个人与生俱来的以及后天习得的能力。不论是推销自己还是推销商品，推销员都要能够做到主动接近他人，在商谈中兼顾各方利益，各取所需。

推销员作为推销的代表，有如下分类：

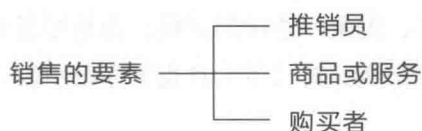


以上分类包括了几乎所有类型的买方和卖方。

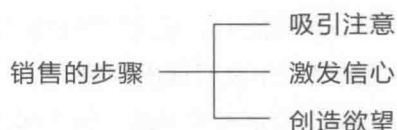
每一个在社会上谋生的人都必须拥有推销员所具备的素质。商人销售商品，专家销售专业知识，银行行长销售他的经营管理能力，簿记员销售他的文书知识，等等。所有的职场人士都在销售他们的服务。

销售到底是怎么一回事

销售需要通过人与人的接触或者借助通信和广告的形式来完成。



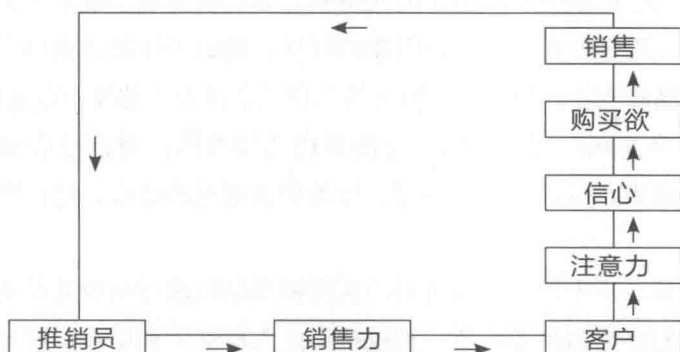
销售是所有权从一方转移到另一方的有偿交易。销售的关键是现场性，因此推销员要掌握主动权。



推销员要在这些步骤中加以引导。以下将会介绍一些销售的方法和技巧，实践证明这些方法和技巧非常有效。

在商业领域，商品或服务为获利而销售。只有在买方认为物有所值时，才会产生购买行为。有些买方还必须相信该商品可以再次销售并获得更大的收益。销售不仅必须有利于推销员或他代表的公司，也必须有利于买方。无论销售商品、服务还是能力，只满足一方的销售是行不通的。

下面的图表恰当地体现了销售的步骤和结果。推销员利用他的销售能力吸引并抓住了客户的注意力，给予了客户信心，使其产生了购买欲，最终完成销售。图表中的箭头表示销售力的运行方向，在完成销售后又返回至推销员。



如何吸引客户的注意

作为销售的第一步，吸引注意远比大多数推销员认识到的重要得多。它绝不仅是简单的引起注意，比如“您好，先生”这样的问候，而是要紧紧抓住客户的注意力，直到能够展开销售的第二步。第二步本身也旨在吸引客户，以便将销售进行下去。

只有推销员成功地让客户放下手边的事情，专心地听他推荐商品或服务时，销售的第一步才得以完成。

推销员需要培养察言观色和揣度客户心理的能力，能及时注意到自己的方法在客户身上所产生的效果，从而在必要的情况下及时做出调整。

推销员必须能够根据客户的表情，推断出他是否感兴趣。如果感兴趣，则意味着第一步已经成功完成，推销员需要马上进行第二步。

这一步要求推销员熟谙人的本性，或能正确推测客户的类型并对其进行合理定位。对于不同类型的人，必须采取不同的销售策略、独特的论据方法和态度。推销员要接近客户，还需要表现得有教养，衣着干净，彬彬有礼并讨人喜欢。

建立消费者购买信心的方法

激发消费者信心无疑是推销员最重要的能力，这是成功开展销售的第二步的前提条件。信心的激发和推销员的人格魅力有很大关系。推销员会给消费者留下某种印象，而他本身能够决定印象的好坏，他的个性是否有助于优化消费者对其产品的品质或特征的评价。因此第二课将会涉及人格发展的必要性。

推销员应当充满自信，相信自己的表达清楚准确。对自己的观点笃定坚持，对公司或同事，以及自己的态度、行为和感觉充满信心，这样才能让客户产生信任。

在销售的第二步中我们仅就推销员在推销商品时进行初步的说明或概述，在第三步中我们将介绍具体细节。通过推销员人格魅力和信心的展示，客户已

经对他有了良好的印象，并产生信任。当推销员收到这样的暗示后，可以立即开展第三步。

成功完成销售的第二步需要推销员对自己、商品及公司充满信心，并且展示出能够提高客户对其评价的人格魅力。

能勾起客户购买欲望的销售技巧

销售的第三步是让客户对推销员所推销的商品或服务产生购买的欲望。若要成功完成这一步，须对所提计划或所推销的商品了解充分，包括熟知计划的每一个阶段或特征，有充分并具说服力的论据来支持。

能够吸引客户的谈话要点必须系统性强，观点要始终引起客户的兴趣并具有说服力。推销员应当逐一向客户阐述这些观点，直到觉察客户准备接受该建议为止。有时一个观点需要反复强调。推销员须论据充分，无论发生何种情况都不能放弃努力说服客户，直到察觉他将接受计划为止。这就是销售中所谓的“心理时刻”，此时推销员就应该展现商品能吸引客户的最好特点。与此同时，推销员应该向客户表现出浓厚的兴趣，感染客户，让其感受到他的热情。

若要成功完成这一步，推销员不仅要让自己，还要让客户注意力也集中在商品特色上，同时还须了解人的思维结构及其双重性。此外，推销员还须知道如何实施建议，如何运用沉默的力量以及从不停歇的潜意识，以及如何通过了解思考的力量和思想的传递过程来掌握并理解客户的想法。

同样重要的是，推销员要有自己的想法，对客户产生影响力，以便强化自己的论述。正如无线电报已经证明的一样，声音通过空气中的电磁波进行传输，最终被经过调整的设备记录下来。

可以说，这三个销售步骤正是协调推销员与客户的思想的过程。正如声波一样，思想也有振动频率，一个人的思想可以通过传输器传递给另一个人。

因此，对于推销员来说，掌握心理学的知识和建议的原则非常重要。每一位成功的推销员都会有意无意地使用这些原则。

在后面的课程中，我们会涉及心理学的知识。首先会介绍人的思维结构及

其双重性，然后揭示沉默力量的存在，虽然很少有人了解它。比如潜意识，它从不停息，潜藏在内心深处。

心理学已被视为一门现代学科，其规律已被运用和证实。它有助于销售，更证实了其科学性。

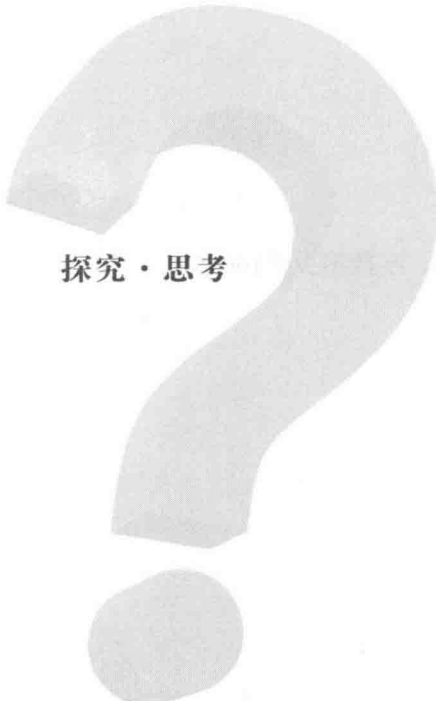
如果推销员可以用一种能力加强他的想法或一般的销售策略，那么这种能力一定存在于科学的销售策略中。

从以上概述中，你可以十分清楚地了解这项工作。坚强且吸引人的个性将是首要因素，所以现在我们要你回到起点，认真彻底地审视自己。你将发现自己一些有碍进步的习惯和特点，我们会告诉你如何摆脱它。你也会发现性格中的亮点和特质，这将是帮助我们成为优秀推销员的基础。

※

木材须晒干再使用，知识须丰富才可行。

——霍姆斯



探究·思考

1. 请给出推销的定义。
2. 描述作为一门学科的推销。
3. 描述作为一门艺术的推销。
4. 指出推销的三部分。
5. 销售是如何形成的？
6. 销售的要素包括哪些？
7. 什么是销售？
8. 指出销售的步骤？
9. 销售应当使哪些人受益？
10. 销售的第一步“吸引注意”包括哪些方面？
11. 推销员必须从客户的表情中辨识出什么？
12. 销售的第二步由哪些内容组成？
13. 在销售的第二步中，包括多少建议？
14. 要成功完成销售的第二步，推销员需要具备哪些素质？
15. 涉及建议的具体细节应在何时加入？
16. 销售的第三步是什么？
17. 销售的第三步中最关键的是什么？
18. 销售这一学科主要包括什么内容？
19. 在“心理时刻”，推销员应向客户展示什么？
20. 你如何理解本课末尾的那句引语？

实战模拟

写一段涉及销售过程中三个步骤的分析，字数不少于100字。