



销售道与术

冯昱仁◎著

12条销售成功策略，成就顶级销售总监
提升技巧 修炼心智

SALES
Guide and
Method

中信出版社·CHINACITICPRESS

销售道与术

（第2版）

中国石化出版社 中国石化出版社

中国石化出版社 中国石化出版社



销售道与术

冯昱仁◎著

SALES
Guide and
Method

图书在版编目 (CIP) 数据

销售道与术 / 冯昱仁著. —北京: 中信出版社, 2015. 3

ISBN 978-7-5086-4416-5

I. ①销… II. ①冯… III. ①销售策略 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 020265 号

本书仅限中国大陆地区发行销售

销售道与术

著 者: 冯昱仁

策划推广: 中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029)

(CITIC Publishing Group)

承印者: 三河市西华印务有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16 印 张: 10.5

字 数: 127 千字

版 次: 2015 年 3 月第 1 版

印 次: 2015 年 3 月第 1 次印刷

广告经营许可证: 京朝工商广字第 8087 号

书 号: ISBN 978-7-5086-4416-5/F · 3121

定 价: 36.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84849555 服务传真: 010-84849000

投稿邮箱: author@citicpub.com

十几年来，我接触了上千名销售人员，有的是刚入行的新手，有的做销售工作有五六年了，还有的更久。当我问及：你认为销售工作中最大的难题是什么？有的说是无法面对客户的拒绝，有的说是公司产品不好，有的说是产品价格太贵，有的说是产品没有做广告、知名度太低，有的说是公司没有实力，还有的说是产品包装太差等。很少有销售员告诉我是自己的能力不够。当然，这也是能够理解的，当工作遇到困难时，把责任推给客观原因应该是大多数人最简单的逻辑。可这个观念严重影响了销售人员的销售潜力，同时阻碍着他成为一名真正的销售高手。

那么，也许你会问：“我如何提高自己的能力呢？我需要做到哪些方面才能成为一名销售高手



前言



呢？”我总结了自己从事销售工作 17 年和这十多年来做培训的经验，以及接触的上千名销售人员在销售过程中遇到的问题，从而有了这本比较系统的提高销售心法和方法的基本功练习指南。

当你开始阅读这本书时，就不要再想你的产品是什么、你们公司的营销模式是什么，你所要学习的是有助于你把销售基本功打牢的内容，既是思想观念的导正，又不失方法上的指导。



目录

开篇	重新认识销售	I
	销售中隐藏的“成功大秘密”	3
	销售的梯与链	6
	销售的道与术	8
	销售的 99% 等于零	11
	行销与坐销	13
	道篇导读	14
	术篇导读	15
道一	售前准备	17
	观念和思路的准备	19
	销售是一个非常了不起的职业	19
	成功销售的 3 个重要因素	20
	不要抱怨产品	22
	明确自己的定位	22
	失败是暂时的，并不意味着没有收获	24



经历所有拒绝之后就是成交 24

信心的准备 25

敢于开始就成功了一半 25

突破：做了不会失去什么，不做什么也不会得到 27

如果还有胆怯，就是练习还不够多 28

自信是成功的基石 29

相信，就会看到；而非看到，才会相信 31

术一 售前准备 35

服饰搭配 37

看准 3A 客户——找对人是成功的前提 38

选择合适的沟通环境 39

资讯、资料 and 工具的准备 40

道二 面见客户 43

态度影响开场白 45

好状态是成功的前提 46

客户会下意识地以人度物 47

面见客户要学会望闻问切 48

术二 面见客户 51

建立信赖感 53

聆听的 5 个层次 54

陌生开场的 6 个要点 56

开场白的 10 个方式 57

沟通中应注意的 10 个细节 60

道三 探寻需求 63

- 说服客户要先了解客户, 了解客户要学会问问题 65
- 销售的成功, 不是说出来的, 而是问出来的 66
- 没有需求创造需求, 创造需求就是不断挖掘 68
- 成功的销售就是找到客户背后的需求 70
- 你的想法 (你问的问题) 影响着对方的想法 71

术三 探寻需求 73

- 问问题的两种模式 75
- 问问题的技巧 79
- 运用提问策略探知客户状态 81

道四 产品推介 83

- 客户在没有了解产品之前最容易放弃 85
- 销售就是改变观念和塑造价值 87

术四 产品推介 91

- 产品推介的技巧 93
- 报价的技巧 94
- 说明好处的技巧 95

道五 解除障碍 97

- 为客户找到充分的购买理由 99
- 销售就是与客户进行心理较量 102
- “问题”要提前预防, 而不是之后去说服 104
- 强势销售者比弱势销售者成功的概率更高 105
- 客户拒绝是因为对产品还不太了解 107



客户的障碍有时来自销售者 109

客户的6道防线 110

术五 解除障碍 111

客户还没有下决心购买的10个理由 113

销售中常见的四大抗拒解析 114

成交的6个最佳时机 118

“第三者”插足 119

从潜在暗示到语言暗示 120

解除客户障碍 123

神经链调整术 125

道六 谈判成交 127

得到的不多是因为想要的太少 129

想法决定要求，要求决定结果 131

正确应用概率法则 132

成交才是对客户最大的帮助 134

术六 谈判成交 137

促使客户快速做出购买决定的4个绝招 139

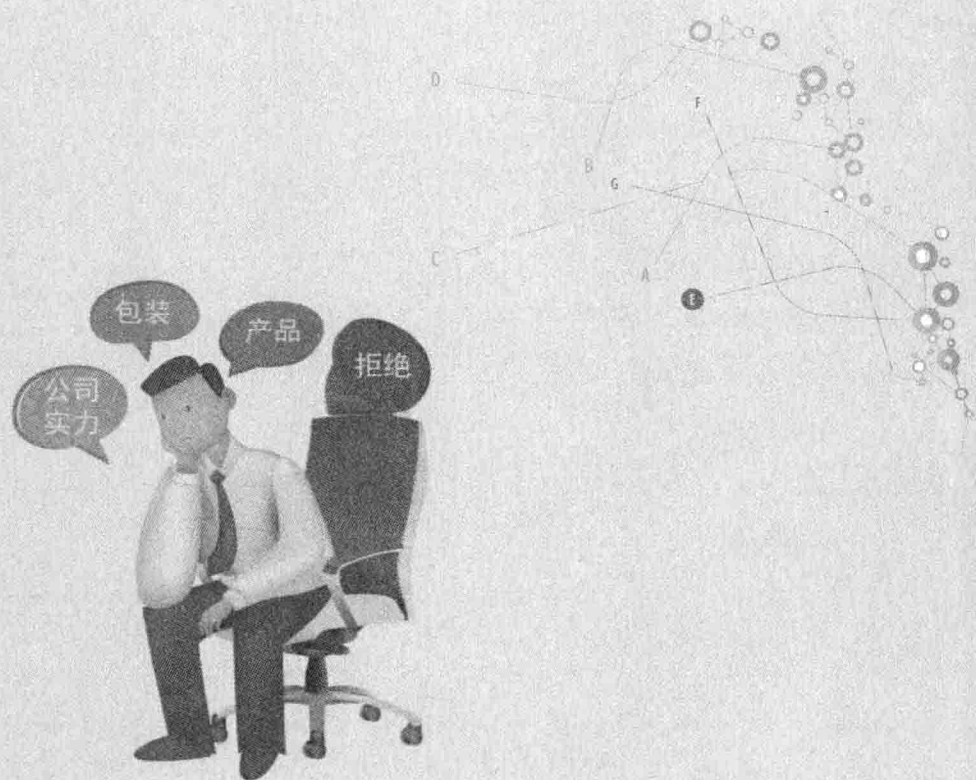
成交谈判的策略 140

促使成交的17种方法 144

行动篇 知道靠学习，做到靠练习 155

开篇

重新认识销售



销售中隐藏的“成功大秘密”

销售的梯与链

销售的道与术

销售的 99% 等于零

行销与坐销

道篇导读

术篇导读



销售中隐藏的“成功大秘密”

人生无处不销售。找工作就是把自己销售给企业；招聘则是把企业销售给应聘者；学校也需要把自己的优势销售给学生；总统候选人拉选票也是销售；相亲也是把彼此销售给对方；医生给你开的药方也有销售的成分；你更愿意接受谁的建议，不也是因为他更会销售自己的观点吗？其实这些都是销售，和一般业务人员向他的顾客销售产品，并没有太大的差异。人生无处不销售，我们随时随地都在进行销售，希望别人接受我们的想法，采纳我们的提议。

我们不难想象以下的景象有多么难堪：当你提议和情人去吃烛光晚餐而遭到对方婉拒，当你提出的改革建议书被上司退回，当你希望大家把打麻将改成郊游却没人理睬。以上提到的种种可能，都是因为缺乏销售技巧。你的生活中每一件东西都是可以视作销售的，包括我们经历的所有事和物，只要你有足够的销售技巧，你都可能赢得成功。但必须确定的是：你是否懂得销售。

销售是一份非常锤炼人的职业，造就了很多成功者。销售能锻炼你的内在能力，如坚持不懈、心态积极、勇敢果断、充满自信、提升亲和力、提高判断



力等，而这些特质正是走向成功所必须具备的关键要素。不仅如此，销售极具挑战性和成就感的职业特性，也吸引了很多热血青年加入销售职业中来。销售是一个以业绩论英雄，以成败论输赢，胜者王败者寇的工作。不过值得庆幸的是：即使不能在销售中成为王者，也一定能在销售中受益。

我们也能看到，在这千万人的销售大军里，获得成功的或者说可以成功的比例仍旧占小部分。除了一部分不太适合从事这个工作的人会在短时间内被淘汰以外，还有很大一部分人在非常努力地拼搏着，付出了很多心血和时间，但是最终他们通常都会走到一个死胡同里找不到出路。当然，原因是多方面的，比如，没有清晰明确的职业生涯规划 and 人生定位、缺乏良好的心态或销售技术，或是没有好的导师或成长环境等。可是还有很多同仁是在秉持着“成功法则”而失败的，这就不得不令销售管理者、培育者深思，我们的“成功秘诀”该如何传递于他们，让他们获得真正的力量？

让我们先来看一个故事。

糖果的诱惑

《从优秀到卓越》的作者柯林斯教授对 50 名儿童做过一项跟踪实验。在一个事先布置好的教室里（每个座位上都装有摄像头进行监视），老师给这些 5~6 岁的儿童每人一颗他们最爱吃的糖果，就放在他们的课桌上，触手可及。但是有一个规则：等老师回来了才可以吃，老师说完就关上门走了。教室隔壁的监控室里，教授发现：有五六个儿童，老师刚走就把糖果吃掉了；5 分钟后，又有几名儿童先后把桌上的糖果吃掉了；10 分钟过后，有一半的儿童相继把糖果拿起来吃了；30 分钟后，共有 44 名儿童把糖果吃了；过了一个小时，只有 6 名儿童一直在咽着口水坚持着。最后老师回来了，记下了这 6 名儿童的名字。25 年后再次对这 50 名儿童跟踪采

访发现，有两名当年的儿童因天灾人祸已经离开了人世；还有一些因为没有正当的工作过着穷苦的生活；多数人日子过得不好不坏；而当年被记下名字的6名儿童中，有高级工程师、青年企业家、政界高官，都成了同龄人中的楷模！

这里面有什么规律吗？

与此同时，柯林斯教授用了30年的时间对进入财富500强的企业调查后发现，人才的关键不在于学历、资历、技能或专业知识，这些其实是很多人都具备的。每年各大名校同一专业毕业的学生就数以千计，他们的学历、资历、技能都相同或者相当。而比这些更重要的，是每个人的性格特征、良好的个人品德，尤其是积极的态度、坚强的意志、团队意识和创新思维等，这些内在的部分才是最重要的。柯林斯教授揭示出了内在能力的重要性，而销售就是锻炼这些内在能力的最佳途径。

内在能力是什么？就是心态的调节、情绪的把控、自信心的强弱、胆量的大小、坚韧的程度、是否诚信等这些内在的部分。

销售这个职业，对于想成就自己事业的人，是历练的绝佳选择。对于销售，很多人只看到了辛苦求人、压力大、没保障、没有自由时间等。其实，销售工作可以锻炼口才，做得好可以获得极高的收入。而且，销售锻炼的不仅仅是技能，更是心灵、格局、坚韧、自信等内在能力。这些才是成就伟大事业的根本。因此，内在能力远比技能重要。

内在能力远比技能重要。

我们以奥运项目飞碟射击为例。射击飞碟需要运动员的瞄准能力和反应能力，但同时更需要运动员的韧性、定力、观察力、判断力和果敢等。当这种内

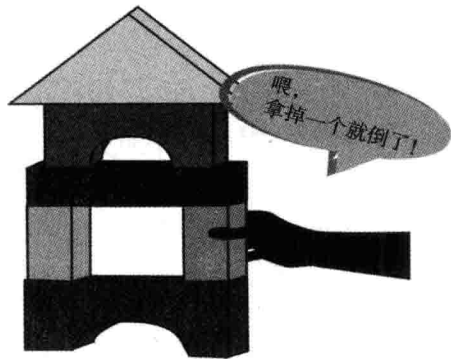


在能力达到一定高度时，对工作的胜任力于你来说，就会变得相对简单。

销售可以帮助我们提升内在能力。销售造就了世界最伟大的推销员乔吉·拉德、推销之神原一平、保险销售第一人柴田和子和世界第一房产销售大师汤姆·霍普金斯。而且，众多知名企业家李嘉诚、王永庆，世界首富比尔·盖茨、日本“经营之神”松下幸之助，也都是推销员出身。不是因为他们做过销售所以成就斐然，而是他们都在销售中历练并提升了自己的内在能力。这就是销售中隐藏的“成功大秘密”。

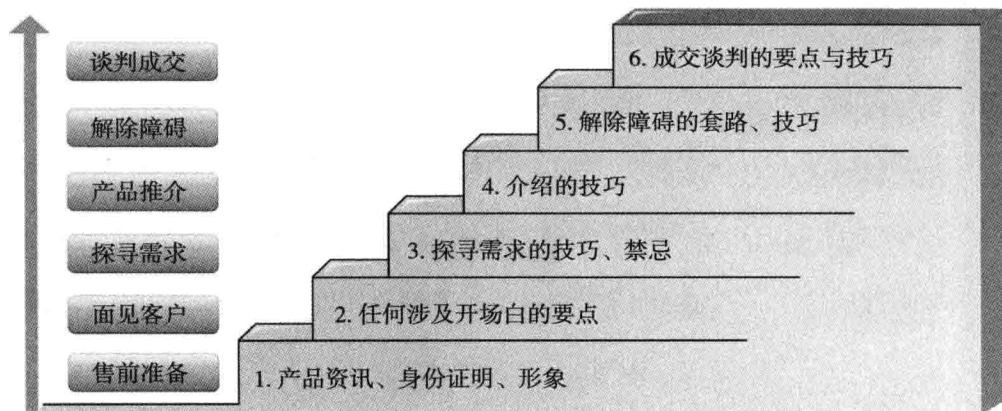
销售的梯与链

我们把从开始准备到客户付款成交的整个销售过程，分为6个步骤：售前准备、面见客户、探寻需求、产品推介、解除障碍、谈判成交。同时，将这6个步骤分为两个方面：一是对人的内在能力的要求，二是做好销售这件事应该掌握的方法、流程 and 标准。



我们把销售过程比喻成一把梯子，这6个步骤就好比梯子的6个阶层，销售过程中的每个阶层需要销售人员掌握不同的技能。我们将这6个阶层所代表的不同层面的销售技巧所构建的梯形图，称为销售之梯，参看下图。销售之梯最底层是基础，越往上要求越高，难度也越大。销售之梯寓意，销售的任一

环节出现问题，都无法攀登到成交的顶端。销售之梯所代表的主要是销售中需要掌握的术——方法和技能。



销售之梯（方法）模型图

我们把在销售过程中与销售6步骤所对应的必须具备的内在能力，比作一根链条，将其称为销售之链，参看下图。这些内在能力像链条一样一环扣一环，如果断了连接，无论在哪个环节出现问题，都会影响成交结果。销售之链所代表的主要是销售中需要具备的道——思想观念、思路、格局、个人素养等内在能力。

销售人员必须具备的内在能力主要有：开始销售时，要不怕拒绝、行动力强、心态积极、自信勇敢；面见客户时，要有亲和力、状态要好；探寻（了解）需求时，要有一定的高度和观察能力；推介产品时，要自信坚定、通达人性；解除障碍时，要懂得随机应变、影响客户；谈判成交时，要敏锐、坚定、果断以及有缜密的分析能力等。

如果内在能力这根链条是完整的，并且成交技能这把梯子没有断层，那么，在销售过程中就会无往不胜；相反，如果梯子断层或者链条连接有问题，