



一部现代营销全案
适用于任何营销人的精髓读本
全方位剖析实战技巧
菜鸟也能成为营销高手

肖一刀 / 著

突破销售困局
迅速暴涨业绩

破局

销售全攻略

 中国时代经济出版社

1 破局

销售全攻略

肖一刀 / 著

 中国时代经济出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

破局：销售全攻略 / 肖一刀著. —北京：

中国时代经济出版社，2014. 9

ISBN 978-7-5119-2128-4

I. ①破… II. ①肖… III. ①市场营销学

IV. ①F713. 50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 181417 号

书 名：破局：销售全攻略

作 者：肖一刀

出版发行：中国时代经济出版社

社 址：北京市丰台区玉林里 25 号楼

邮政编码：100069

发行热线：(010) 63508251 63508273

传 真：(010) 63508254 63508284

网 址：www.cmepub.com.cn

电子邮箱：zgsgdj@hotmail.com

经 销：各地新华书店

印 刷：北京紫瑞利印刷有限公司

开 本：710 × 1000 1/16

字 数：300 千字

印 张：16.5

版 次：2014 年 9 月第 1 版

印 次：2014 年 9 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5119-2128-4

定 价：38.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误，请与本社发行部联系更换

版权所有 侵权必究

推荐序

当作者走进我的办公室，我能感觉到他的自信和真切，我们便开始聊起本书。作者说，他用两年时间撰写本书，每一篇都是自己用心斟酌写出的。我首先对这种行为表示肯定，在这个知识混杂的时代，能够用心斟酌地写书，我本人表示赞赏，于是才会有以下跟大家对本书的分享。

1. 本书名为《破局：销售全攻略》，内容丰富，自成体系。个人观点，它更像一本营销人的必备手册。

2. 本书是作者用心撰写的，又是一个年轻的作者，我认为这种精神是这个社会所有人应该学习的，特别是我们谁也逃脱不了“成人必先成事，成事必先用心”的规律。作者之前我就比较熟悉，这个人之所以能取得今天的业绩，要让我给其两个字的评价就是“用心”，希望读者们认真体会。

3. 作为销售人员，需要了解“我是谁”，这点在第一章第3页至第6页有很好的阐述。我们如何修炼自己且不断修正自己，感悟曾经的人、事、物。第一章需要您带着感恩身边的每个人的心态去读，收获的不仅是知识，更是财富，是比这本书的定价大若干倍的财富。我要强调的是，你也可能什么都没获得，因为这取决于你自己。

4. 我们可以通过第二章了解到，营销体系中最重要部门之一就是市场部。据我了解，作者在大学毕业后的第一份工作就是从事的市场部工作，我相信大家能从其中找到自己想要的，从事过营销的人都知道，市场部的决策直接影响销售部业绩。

5. 至于第三章，我认为很多销售员的业绩是从这里就已经拉开距离了。我和作者都有从事销售的经历，我们都无法改变“选择比努力重要”对我们的影响。如果想要取得好的业绩，我希望你认真读此章，它会告诉你如何选择适合自己的客户。

6. 第四章到第九章是介绍销售的主要流程。准确地说，本章是销售人员必须掌握和熟练操作环节。作为销售人员，不管我们想不想，这些事情都在时时刻刻地发生着，也是销售人员产生主要价值的地方，让我们好好走进这几章，看看还有哪些可以做得更好。

7. 要说销售，很多人认为当产品成交后，就意味着销售完成。这里告诉大家的是，真正的销售才刚刚开始。因为从第一次成交，我们和客户才建立了联系，就像结婚一样，我们在一起的生活旅程刚刚开始，想要过上幸福的生活，彼此产生爱意，需要相互付出和欣赏，所以你一定要坚持阅读第十章和第十一章。

8. 最后两章我认为是作者的目的或者说是期望，期望我们站在公司和主管的角度去思考和分析问题，甚至解决问题。不仅要成为一名好的营销人员，更要成为一名好的职业经理人。我想通过认真阅读，你会了解作者的良苦用心，我希望读到这儿的读者，能够有一个美好的未来。

9. 最后，我仍然坚持我的观点，我认为这本书是值得从事销售的每一个人看的书，它不仅仅是销售破局，更是营销人的必备工具手册。书中有很多故事，每个故事都能引起我们的思考。当然，你可以有两个选择，一个是正面的，一个是负面的，我相信你一定会选择正面的，因为我们都有一种积极的心态，这点很重要。

一切物质的存在是因为它有价值。最后祝愿作者和读者都能够成为最有价值的人。

闫 军

河南碧云天公司董事长

自序

销售人员大多数没有受过专业的营销训练；有时候接触到的销售员连基本的产品或者营销概念都没有就出来跑市场；有的销售员除了客情还是客情；有的公司没有系统地思考过怎么做营销，将营销寄托在几个“能人”身上等。这些问题，如果只是靠销售员自己慢慢领悟，需要比较长的时间和精力。在这个成长的过程中，无论是销售员还是公司付出的代价都是巨大的。

如何让销售员经过较短时间培训就能够提升他们的技能？笔者思考了几年，现在把一些思路写出来，希望对销售员业绩突破会有所帮助，这也是笔者创作本书的初衷。

谈到销售，大部分销售人员总是显得对销售技巧的提高特别有兴致。然而在一个销售人员所产生的问题中，有大部分是来自于自身心态，要培养出一个金牌销售人员，最重要的是使他建立正确的销售心态，否则便是“皮之不存，毛将焉附”了。

笔者在从业过程中，经常听到或者销售员自己也感叹：“我不擅长销售”。没错，我们总能听到这样的话。每个不从事销售工作的人都在想：我不会销售。更有甚者，大多数正在从事销售工作的人心底里也偷偷地认为，“我不会销售”。

人们这样想是有原因的，他们大都把销售看颠倒了！他们可能认为销售是为了说服别人购买并不想要的东西。是这样吗？绝不是。销售是一个努力了解人们想要什么，想要做什么，并帮助他们实现愿望的过程。换句话说，销售不是在利用他人，销售是为了给人们提供更多的帮助。

销售不应该是努力从别人那里拿来什么，恰恰相反，最好和最有效的销售，是你给予了别人什么，你能给客户带来什么，了解客户的需求和渴望并加以满足。

古人云：“将欲取之，必先予之。”这句话道出了付出的真谛。要想“取”，

就要先“予”：要想摘取树上的果实，就必须先要给树浇水、施肥；若想在工作上干出成绩，就必须先要付出心血和汗水；要想得到别人的帮助，就必须先要去帮助别人。

本书系统地从销售心态，职业认知，销售技巧，探求客户需求、客户异议，成交，合同签订等多方面对销售行为进行阐述，是一本适合销售员随身携带的书，同时也是一本销售管理层必备的书，因为这是一本销售宝典。

一书在手，销售不愁！

肖一刀

2014年8月15日

目 录
CONTENTS

第一章 塑造职业化销售员	1
一、职业化销售概念	1
二、金科玉律——销售员职业化认知	1
三、塑造职业化理念	14
四、职业化销售员的自我评价与调整	24
第二章 销售驱动的准备与计划	29
一、市场调查的六步	29
二、拜访与拜访目标的确定	30
三、第一次拜访的准备	34
四、行动从计划开始	38
五、计划的魅力	52
第三章 目标客户的选择与管理	61
第一节 寻找销售对象的秘密	61
一、寻找销售对象的思路	61
二、寻找销售对象的原则	63
三、寻找销售对象的方法	64
第二节 客户选择	66
一、批发商的功能	66
二、批发商的选择	67
三、零售业的特点	68
四、零售商的选择	68
五、重点客户的开发	69
六、新客户的开发	70

七、开发新客户的准备	71
八、与新客户的初次接触	72
九、一些商谈的技巧	73
第三节 约见客户的技巧	73
一、约见的内容	74
二、约见的方式	77
第四节 客户的分类与管理	80
一、客户类型分析	80
二、客户管理	83
 第四章 开启销售之门	85
一、创造面谈机会，才有成交机会	85
二、让对方见面后乐意与你深谈	93
 第五章 了解客户的需求与渴望	102
一、满足客户的需要，你的需要才能满足	102
二、找出对方感兴趣的地方，然后针对这个去谈	109
 第六章 激发客户的购买欲望	121
一、客户的购买欲望在不知不觉中被你调起来	121
二、让客户心理防线土崩瓦解	125
 第七章 点石成金	140
第一节 顾问式销售的基本理念	140
一、基本要求	140
二、销售障碍	140
三、一种与客户沟通的有效方法	142
第二节 顾问式销售模式的基本方法	143
一、基本步骤	143
二、注意事项	144
三、顾问式销售中应向客户提供的情报	145

第八章 化解客户异议	148
第一节 异议和拒绝的功能	148
一、客户异议的概念	148
二、处理客户异议的方法	149
第二节 客户异议的真与假	151
一、客户异议的甄别	151
二、客户提出假异议的目的	152
三、应做好的四件事	153
四、化解客户疑虑的证明资料	153
第三节 处理客户异议的原则和方法	156
一、处理异议的原则	156
二、处理异议的几种技巧	157
三、处理客户异议的方法	159
第四节 组合定式处理方法	161
一、价格太高	162
二、满意现有的供应商	164
三、购自有关友人	164
四、存货太多	165
五、受到互惠约束	165
六、已无预算可用	166
七、经济情况欠佳	166
八、留待下次再谈	167
九、希望参考其他公司产品	167
十、不做确定的答复	168
十一、留下样品，我们会试用的	169
十二、利用虚伪的托词	169
十三、以前曾经用过，但不太好	169
十四、要求书面申请	170
十五、坚持自己的意见	170
十六、我们已决定不买	171
十七、你们的公司太小了	171

十八、面对保守的客户	172
十九、你们还是新公司	173
第九章 绝对成交	175
一、把握成交时机	175
二、成交的要点	180
三、签完合同你就成功了	186
第十章 金石之交	188
一、巩固客户关系，为你带来滚滚财源	188
二、这些工作也可助你扩大战果	193
第十一章 售后管理与服务	199
第一节 全面售后服务管理	199
一、针对消费者的售后服务	199
二、针对客户的服务	202
第二节 搜集竞争者情报	203
一、搜集的内容	203
二、搜集的工具	203
第三节 营销计划书的编制	205
一、选定目标市场	205
二、进行科学定位	205
三、制定营销组合	206
第十二章 账款回收	209
第一节 销售人员的收账职责和现代销售管理模式	209
一、回收货款和重点性	209
二、回收货款的典型案例	210
三、现代销售模式的运营	210
第二节 了解客户的资金状况和防止商业诈骗	211
一、了解客户和资金状况	211

二、防止商业诈骗	212
第三节 结款时应注意的事项	214
一、增加新客户时必须进行信用调查	214
二、结款时的数量要以送货单的数量为准	216
三、要考虑在结账时的态度	217
四、销售状况决定收款是否顺利	217
五、公司的调剂政策有利于账款回收	217
第四节 收账技巧	218
一、超过信用额度停止发货	218
二、要求客户写欠条	218
三、要有黏缠性	218
第五节 培养关系和防止倒债	219
一、培养和客户的关系	219
二、防止倒债	220
第十三章 销售员的管理与激励	222
第一节 销售员队伍的设计与管理	222
一、销售员队伍的设计	222
二、销售员队伍的管理	228
第二节 销售员的考绩、奖惩与激励	235
一、销售员的考绩与奖励	235
二、销售员的激励与评价	236
第三节 推销合同的签订和履行	241
一、经济合同概述	241
二、推销合同的签订	241
三、代订推销合同	243
四、签订合同中应注意的问题	243
五、推销合同的履行	244
后 记	246

第一章 塑造职业化销售员

一、职业化销售概念

1. 职业化的定义

职业化就是一种工作状态的标准化、规范化、制度化，即在合适的时间、合适的地点，用合适的方式，说合适的话，做合适的事。使员工在知识、技能、观念、思维、态度、心理上符合职业规范和标准。

2. 职业化销售的定义

运用职业化的规范，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受益的一种组织功能与程序。简单来说，就是使用一个标准化、流程化的销售体系把商品销售给客户的一种专业方法。

二、金科玉律——销售员职业化认知

要出色地完成销售员的神圣使命，必须明确自己到底担负着什么样的职责、角色和应具有什么样的基本素质和技能。

（一）职业化销售员的素质

1. 人品端正，作风正派

“要做生意，先做人”，只有人品端正，别人才会尊重你，把你当朋友，信任你，从而才能成为生意上的伙伴，品德高尚加上有才华才能成为真正的人才。一般的企业招聘营销人员时，品德被列为重要条件，消费者、客户、社会大众一般都通过营销人员来得到他所在企业形象、素质、层次的印象，营销人员站在企业与社会接触的最前沿，是向社会反映企业的一面镜子。

2. 信心

信心应包括三个方面。第一，对自己的信心，你相信你能干好，是一位敬业的、优秀的营销人员，那么你就能克服许多困难；第二，是对企业的信心，相信企业能为你提供好的产品，能给你实现价值的机会，使你的一切活动完全纳入企业行为中；第三，对产品的信心，相信你所推销的产品是最优秀的，你是在用该产品向你的消费者提供最好的服务。

3. 勤于思考，做个有心人

“有心人，天不负”，我们只有对什么事都注意观察、分析、总结、归纳、提炼，才能使自己的工作做出成绩，才能捕捉到每一个细小变化，并迅速做出反应。“世上无难事，只怕有心人”，做有心人，勤于思考，才能改进我们的工作方法。“学为中，弃为下，悟为上”，勤于思考，才能领悟，才能提高。

4. 能吃苦耐劳

营销工作是很苦的，没有吃苦耐劳的精神干不下去。吃苦耐劳是营销人员的基本素质。

5. 良好的心理素质

营销工作充满酸甜苦辣，挫折是营销人员的家常便饭，有许多营销人员受到一些挫折后，就掉队转行。“不经历风雨，哪能见彩虹？”营销人员必须具备良好的心理素质，胜不骄，败不馁。

6. 韧性

营销人员想要做成一笔生意，不会一帆风顺，会遇到许多问题与障碍，要有韧性、耐心和百折不挠的精神。

7. 交际能力

营销过程实质就是公关过程，一般说来，一名优秀的营销人员一定会是一名优秀的公关人员。营销人员的朋友最多，各种层次、职业、地方的都有。

8. 反应要快

如同狐狸的狡猾，猎鹰的机敏，营销人员应对周围每一细小变化都能很快做出反应，思维要敏捷。一次生意上的谈判过程，就是一次反应速度的比赛，一个斗智的过程。

9. 热情

一个人的能力有差异，关键是看你能发挥出来多少，这就取决于热情。热情是可传递的，一个人全力投入工作，他可能带动周围的人，感染他们全力去干，一个人能力再强，没有热情，等于零。

10. 知识面要宽

营销人员要与各行各业、各种层次的人接触，因此应对各种人喜欢谈什么要清楚，进而才能与对方有共同的话题，谈起来才能投机。但这种知识面是广、博，而不一定需要深、精。因为没有时间和机会去做太深入的了解和研究。一些营销人员都有一种习惯，在每天出门前、候车时，拿一份报纸或杂志阅读，其主

要目的就是为了了解各类人群关注的共同话题。

11. 责任心

营销人员必须有强烈的责任心，把自己的工作干好，产生更多的销量，为企业创造更多的效益；同时，通过你来向社会反映企业的形象，精神面貌，企业文化、理念。如果一个人没有责任心，他的业绩肯定上不去，他们公司对这个市场的开发工作，无疑会受到影响，进而耽搁整个市场推进进度。如果你不注重言行举止，当地社会大众会认为你们公司很差劲。这个念头一旦产生，将很难扭转。

12. 幽默

“什么都可以少，唯独幽默不能少”，这是一家公司对销售员的特别要求。

幽默使大家团结在一起，并且有助于更好地对付困难的工作。幽默有助于我们摆正事情的位置。一位保险公司的索赔销售员，一再地向她的经理表示道歉，因为她损坏了一份有关一个复杂的汽车索赔的电脑文件。这位经理回答道：“真糟糕，你所造成的一切，从给我们保险公司造成的严重破坏来看，就像一场洪水灾害。我们每个人都会失去工作。现在给投保人打个电话，解释一下你犯了一个错误，然后把工作做好。”（这位销售员咯咯笑了起来，而且准备去重新干她的工作。）

（二）职业化销售员多重角色

作为一名销售员，想要取得成功，就必须使自己能够担当起多重身份角色，具备多项工作能力。在你的推销生涯中，到底你能扮演几种职业化推销员所应扮演的角色呢？以下一些问题，就是特别为了帮助你而设计的。

1. 一个好的销售员要能够洞悉他所拜访的客户购买心理——你是否能扮演一个心理学家的角色？ 是 ☐ 否 ☐

2. 销售员必须教会客户如何使用产品——你是否能够扮演一个教师的角色？ 是 ☐ 否 ☐

3. 销售员要促使客户放弃旧产品，使用新产品——你是否能够扮演一个变革促进者的角色呢？ 是 ☐ 否 ☐

4. 所谓销售，从某种意义上讲就是解决客户所面临的难题——你是否能够扮演一个客户的解难人的角色？ 是 ☐ 否 ☐

5. 你在销售中突然遇到需要高度策略的时候，你的想象力会十分重要——你是否能扮演一个创新者的角色呢？ 是 ☐ 否 ☐

6. 要取得好的业绩，销售员必须学会管理自己——你是否能扮演一个管理者的角色？ 是□ 否□

7. 收集信息，不仅对销售员，而且对企业都是十分重要的——你是否能够扮演一个信息调研员的角色？ 是□ 否□

8. 分析的能力是极具价值的——你是否能够扮演一个分析家的角色？ 是□ 否□

9. 对脾气不好、喜欢争辩的客户，耐性是非常重要的——你是否能够扮演一个哲学家的角色呢？ 是□ 否□

10. 说些什么话，以及你如何说这些话，都非常重要——你是否能够扮演一个健谈者的角色呢？ 是□ 否□

11. 还有一个重要的因素来决定你是否是一个专业的销售员，那就是你对于他人利益的真正关心度——你是否能够扮演一个朋友的角色呢？ 是□ 否□

12. 当客户与你争辩或反对你的意见时，机智是必需的——你是否能够扮演一个外交家的角色呢？ 是□ 否□

请你把全部答“是”的题目加在一起乘以五，如果你的分数是55分或更高，说明你可以把不同的角色扮演得很好！50分表示你比一般人好了许多，40分以下则要求你必须迎头赶上。

◆解析：

1. 心理学家

销售员要与各色人物打交道，因此需要对各种人的思想、感觉和行为表现保持敏锐的洞察力。

2. 教师

销售员的一项重要任务，即在于要向你的客户讲解你所推销的产品或服务的使用方法和操作程序。在一个日新月异、新产品层出不穷的时代，让客户能及时了解那些发展变化是有益的；在这方面，销售员为客户提供的信息越多，就越有可能成为一位成功者。

3. 变革促进

作为一名销售员，你的任务是使客户放弃使用老产品、旧方法，而采用你推销的新产品、新方法，而采用你推销的新产品、新方法，这些新产品、新方法需要通过你介绍给客户，所以，你实际上也扮演了一位变革促进者的角色。

4. 客户的解难人

一位省级销售状元在谈到自己的成功诀窍时说：“我为客户解忧，客户为我解难。”销售员要帮助客户解决他所面临的问题。一位销售员应首先明确客户需要什么，并找出最适合的解决方案，从而解决客户的困难。

一位复印机销售员，在听到客户诉说没有足够的空间来放置复印机时，马上动手制作了既可以安装这种设备，又解决了这个空间问题的特殊架子，从而达成了这笔交易。如果销售员认识不到自己是一个“客户解难人”，那恐怕就难以达成交易。

5. 创新者

生意能否成功，也在于销售员能否不断寻找新点子、新思路、新方法，而不仅仅满足于旧有的方法模式。

6. 管理者

销售员必须管理好自己的时间和销售区域。销售员要确定工作目标、制订销售战略，并对工作成效进行评估。因为，销售员经常处于不受直接控制的状态中，在工作中没有人会对你随时加以指点，所以就必须自己管好自己。

7. 信息调研员

为了能准确地把握客户需求、竞争状况和市场动态，了解客户对你企业的产品、服务等意见，销售员要利用身处市场第一线的特点，收集、分析市场信息，并反馈给企业。

8. 分析家

分析的能力在发掘问题、解决问题方面都是不可或缺的，一个好的销售员必须能够扮演分析家的角色，对于销售中的问题，能够冷静、周详地分析，而不要成为一个呆头呆脑、粗心大意的销售员。

9. 哲学家

俗语说：“人上一百，形形色色。”我们的客户是形形色色的。遇到喜欢争辩或脾气不好的客户，专业销售员就必须像哲学家一样，表现出无比的耐性与修养，而不为之动气。一个好的销售员，宁可争千秋，不可争一时。

10. 健谈者

一个专业销售员必须言之有物，而且态度必须适当。换句话说，诚恳的时候就该很诚恳，慷慨激昂的时候就慷慨激昂，失望的时候又表现得很失望，所以，说话的态度跟说话的内容，对一个好的销售员来说是同等重要的。因此，一个销