

XiaoShouJiuShi  
GaoDingRen

怎么做才能有更多的客户？  
怎么说才能打动客户的心？  
怎么做才能把产品卖到客户手里？  
怎么做才能更有效地回款？

谢国计◎著

# 销售就是 搞定人

销售就是察言、观色、攻心

客户不在于开发了多少，而在于找对了多少  
销售不在于话说了多少，而在于说对了多少  
销售是一场心理博弈战，没有卖不出去的产品，只有不会卖产品的人。如果你想钓到鱼，就得像鱼儿一样思考。

成都时代出版社  
CHENGDU TIMES PRESS

XiaoShouJiuShi  
GaoDingRen

谢国计◎著

# 销售就是 搞定人

销售就是察言、观色、攻心

客户不在于开发了多少，而在于找对了多少  
销售不在于话说了多少，而在于说对了多少

## 图书在版编目(CIP)数据

销售就是搞定人 / 谢国计著. — 成都 : 成都时代出版社, 2014. 10

ISBN 978-7-5464-1258-0

I. ①销… II. ①谢… III. ①销售—通俗读物 IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第183447号

### 销售就是搞定人

XIAO SHOU JIU SHI GAO DING REN

谢国计 著

出品人 石碧川  
责任编辑 陈德玉  
责任校对 宋佳芹  
装帧设计 林自伟  
责任印制 干燕飞

出版发行 成都时代出版社  
电 话 (028) 86621237 (编辑部)  
(028) 86615250 (发行部)  
网 址 www.chengdusd.com  
印 刷 北京建泰印刷有限公司  
规 格 710mm×1000mm 1/16  
印 张 17  
字 数 180 千  
版 次 2014 年 10 月第 1 版  
印 次 2014 年 10 月第 1 次印刷  
书 号 ISBN 978-7-5464-1258-0  
定 价 35.00 元

著作权所有·违者必究

本书若出现印装质量问题, 请与工厂联系。电话: (010) 89580799

# 前言

PREFACE

微观销售就是搞定人。人是灵动的，所以销售不是一个静态的事情，它注定是一个动态的事情。在动态的系统中保持平衡，这就和冲浪运动一个原理，在大海里，高水平的冲浪就是一种艺术。

对于如何去做销售，如何做一个优秀的销售人员，这当然不是用来坐着讨论的问题，因为一切都在变。前辈很好的销售方式到现在就不那么适用了，原因很简单，就是时代变了，我们沟通的方式变了。采用老的销售方式不能完成今天的销售。

乔·吉拉德是一个时代杰出销售人的代表。他的故事告诉我们作为一个杰出销售人员的全部策略，他一天就能够散发出去 400 张名片。他是一个勤勉的人，这一点是销售人必须做到的，一个懒惰的销售人，是无法收获职业上的成功的。吉拉德创造了销售奇迹，他在自己的职业生涯之中，一共卖出了 10000 多辆汽车。他表现出的亲和力一直是后来者学习的榜样。我们需要知道这样杰出的销售人，他们是如何影响顾客的？他们如何能获得如此高的推销成功率？吉拉德的销售哲学就是如何快速地搞定人，和顾客建立一种信任关系，然后快速成交的策略。他告诉我们：销售就是搞定人。

销售就是搞定人。不管什么样的时代，这都是销售最基础的法则，而且社会越是发展，这个命题在实践中就会显得越重要。

当然，我们在本书中主要谈的就是搞定人的策略。企业是一个整体的系统，一个销售人需要努力站在最好的销售平台上去发展自己。吉拉德推销的是雪佛兰汽车，那是上个世纪六十年代世界最好的企业之一。我们在

搞定人的同时，需要站在大的平台上，也要做更多的战略思考，这对我们的发展有着莫大的帮助。

本书要分析的是销售人员做单成功概率高的缘由，我们会告诉大家什么样的环境才是有利的销售环境，能够创造出好的业绩。如何设计好自己的职业生涯，如何从战略和全局的角度去看待自己的工作。以往的销售经验多数强调销售术，很少讨论企业竞争力的势能。我们的经验却是：销售人员把握了企业的势才能有所作为，术只是辅助，术只是势的助力。

销售人员需要学会系统营销的方法，销售经验是灰色的，协同营销之路常青。销售人员的起点决定了销售人员的成就，所以选择销售什么永远比怎么销售重要。在销售过程中，要学会与客户进行真诚的沟通，学会锻炼自己的沟通能力，这是很重要的事情。

营销部门需要什么样的人才能获得更好的成果呢？最好的答案是那些能够享受销售工作的人。销售有很多准则需要牢记：销售重要的不是你谁，而是你和谁站在一起；每一个销售高手都是出色的演员，他们是自己职场上的导演；从个人职业发展的角度来看，销售人员不要相信那种四两拨千斤的小概率事件；销售高手都是相信千斤拨四两的，因为那才是自己职业成功的常态。

我们认为销售就是搞定人，这是在默认企业产品具有市场竞争力的前提之下。产品和服务是营销的核心，糟糕的产品是销售人员成功的绊脚石。中国的消费市场已经升级，但是我们企业的营销策略并没有升级。

进入网络时代，销售就有了新的内容。我们销售人的销售模式需要跟随时代的变化而变化，在李克强总理和著名企业家马云的交谈中，马云对李克强总理说，总理，现在你如果走在街上，那些迎面走过的普通 80 后年轻人，可能在网络上却是年销售额 5000 万乃至 1 个亿的店铺掌柜。马云说出的其实就是这个时代的变迁。在网络电子商务的销售过程中，“销售就是搞定人”这样的准则体现得更加明显。大家看到这些掌柜的店铺生意，这些销售者的背后，往往会有一个自建的十几万人甚至几十万人的网络社

区，他们是掌柜产品和服务的购买者，也是粉丝。

时代的变迁也在影响着销售成功的方式。在网络普及的时代，电子商务的大潮扑面而来，信息透明带来了便利，也带来了更加残酷的价格战，电子商务永久性地剥夺了没有竞争壁垒行业的暴利。在这个时代里，微利是正常的，我们已经处在了一个超级竞争的时代。作为销售人员，也作为电子商务的从业者，网络商务将占据销售额更大的比例。对于销售方来说，未来的历史也许会证明，互联网是从魔瓶里放出来的魔鬼，具有颠覆性的力量。

我们的销售在搞定人的时候，也需要转变我们的销售方式，让我们的行动更加贴近这个时代商业的本质。销售是个实战行业，事情想明白了更好。其实销售就那几步，只要顺应了几条大的行事原则，再加上持续地努力，就能取得好的销售业绩。

销售天才能够分析自己周围的环境，给自己找一个最好的位置。在销售工作中不断地寻求硬的和软的支撑点，以保证自己的职业成功。另外，销售不是什么高新技术，它没有那么复杂，它只是一套简单的行动程序。根本就不存在什么销售天才，所谓销售天才都是非常善于借势的人，天才也只是反复训练的结果。

## 第一章 >>>>>

### 搞定人是一门技术活

---

搞定客户是一种平衡的艺术，在关系和做事之间总会有一个平衡点。满足客户需求优于维系客户关系。一流企业不仅要维系客户关系，最重要的一点就是让客户赚钱，让客户受益。搞定事是搞定人的前提，没有服务客户的能力，无论有多好的关系，都不可能维系太久。

1. 谁说搞销售的不是在搞艺术? / 3
2. 销售不是拼体力，而是拼头脑 / 5
3. 小生意做人，大生意做局 / 8
4. 搞定客户，就是要获得客户的认同 / 13
5. 搞定客户，就是要分析客户的内心 / 15
6. 找对人，做对事，说对话 / 18
7. 对不同的人要用不同的“钩” / 22
8. 销售是从被拒绝开始的 / 27

## 第二章 >>>>>

### 最好的产品就是你自己——机遇只降临在有准备的人身上

---

销售人是用自己的人格在做销售，也是用自己的人格在做担保，所谓销售，终究推销的还是销售人自己。没有任何资源能够代替销售人的热情和行动精神。销售人不是普通的雇员，他们是独立的营销业务外包人，需要非常强的

自我管理能力的。他们会坚持终身学习，让自己成为人际关系的专家和业务上的专家。销售人始终认为：最好的产品就是自己。

1. 销售，其实就是推销你自己 / 33
2. 明确告诉客户，你值得他信赖 / 36
3. 真心地与客户交朋友 / 39
4. 自信，客户认同你的先决条件 / 41
5. 随时储备知识，培养与提升自身素质 / 43
6. 设定目标，让自己成为专业人士 / 46
7. 新销售人的五项修炼 / 49

### 第三章 >>>>>

#### 客户为什么要和你成交——客户需要什么

---

销售人明白，要想搞定人，首先需要一颗真诚的心。商场就是情场，不用真心，不讲情感，如何长期合作互信？在一流销售人的身上，我们能够找到他们销售成功的特质，他们有自己的个性和做事策略，他们不断地学习，有持续的热情，能够做到思维无界，接纳不同个性的人，他们能够不断地转换自己的角色，让自己和客户打成一片，不分你我。

1. 要想钓到鱼，就要像鱼那样思考 / 55
2. 拿下客户，情感是打头阵的先锋 / 57
3. 客户喜欢顾问、专家式的销售人 / 60
4. 别让客户觉得你只是为了赚他的钱 / 63
5. 真诚大于技巧 / 65
6. 必须承认产品既有优点也有不足之处 / 68
7. 一定要换位思考，从客户的立场出发 / 70



## 第四章 >>>>>

### 掌握高超的谈话技巧——修炼口才，把话说到客户心坎上

人总是先学会说话，然后才知道该不该说，如何说，什么时候说。口才是人生修为的体现，也是人整体形象的一部分。一个不修边幅，不努力提升自己的人无法在一些圈子中存在。不是人们势利，而是一个阶层隐性的准入机制，什么样的谈吐，什么样的生活方式，你的一言一行，决定了你属于哪个阶层，是否有跟高端客户对等交流的资格。

1. 一流的销售员，一定是一流的沟通高手 / 75
2. 好的开场白是销售成功的一半 / 78
3. 选择客户感兴趣的话题，使对方产生亲近感 / 80
4. 让语言与产品相匹配 / 83
5. 把握好说话的节奏 / 86
6. 不说批评性话语，人们都喜欢听好话 / 90
7. 向客户提问，既要有层次，又要切中要害 / 93

## 第五章 >>>>>

### 金牌销售人的攻心秘籍——拉近与客户的心理距离才能赢得客户

销售人明白，每个客户的内心都是一个世界，销售基于人性和顾客内心的渴望。销售人知道如何引导顾客发现内心的需求，然后产生对于产品的需要。客户哪怕使用一块钱来买东西，他的后面就有一种需求存在，而且需要保证物有所值。如何让客户觉得物有所值，这就需要销售人洞悉顾客心理。

1. “上帝”的心思你要猜——销售就是一场比赛 / 99
2. 要想从客户口袋里掏钱，先向客户掏心 / 101
3. 想方设法，迅速了解客户的真实意图 / 104

4. 用客户喜欢的方式搞定他 / 106
5. 找准赞美点，攻心才能拿下订单 / 109
6. 无论何时，销售员都要以客户利益为主 / 111
7. 学会用肢体语言表达情绪 / 114

## 第六章 >>>>>

### 金牌销售人的思维模式

商业价值是销售的基础，销售的过程就是价值传达的过程。客户知道自己能够得到什么，他们在内心里接受销售人和产品价值的时候，才会决定购买。销售的过程就是让客户接受的过程，一句话，客户是在购买感情。只有在这样的感悟之下，才能够找到客户内心的渴望，毕竟，购买永远建立在自愿的基础之上。

1. 三流销售卖产品，一流销售卖好处 / 119
2. 永远不要把客户当笨蛋 / 121
3. 介绍产品时不要马上提出成交要求 / 124
4. 针对客户的需求，突出产品的益处 / 126
5. 讲故事，让你的产品介绍更生动 / 128
6. 赢单的关键是让客户不知不觉说“是” / 131
7. 价格策略，让客户真正体会到“货真价实” / 134

## 第七章 >>>>>

### 金牌销售员的谈判规则——谈判是“心”与“心”的较量

谈判是一种博弈，博弈是一种纠缠和对抗。销售人知道，谈判是为了合作，为了合作而对抗的游戏需要一种共赢的平衡。谈判的平衡实际上是心理的平衡，销售人必须明白，利润多少是一个底牌，永远不要跟客户去掀开自己的

底牌，而是寻求让客户心理平衡，最好的谈判结果就是让客户觉得赚了。

1. 谈判是一场以双赢为目的的生意 / 139
2. 销售谈判过程中，不可过早地作出让步 / 141
3. 永远不要接受第一次开价或还价 / 144
4. 永远不要泄露自己的底牌 / 146
5. 从肢体语言中洞察客户心理 / 149
6. 欲擒故纵，放长线才能钓大鱼 / 151
7. 谈判桌上五种话不能说 / 153

## 第八章 >>>>>

### 大客户销售的七大战略

---

擒贼先擒王，大客户对销售人来说是最能够出成就的客户，那些杰出销售人得到的报酬可能是几位年入百万 CEO 的总和，这些杰出销售人是如何做到的？事实上，他们有一套做事和寻找客户的方式。系统平台的支持加上关键人脉的把握，一定能让销售人取得辉煌的业绩。

1. 80% 的订单来自 20% 的大客户 / 159
2. 锁定大客户，分配好资源 / 161
3. 把你对产品的信心传递给你的客户 / 164
4. 大客户销售，也要量力而行 / 166
5. 销售人，如何搞定大客户人际关系 / 169
6. 高效销售，学会站在巨人的肩上 / 172
7. 不断地问自己：我的大客户在哪里 / 174

## 第九章 >>>>>

### 做销售要靠圈子——搞定人脉，成功就像坐电梯

人际网络是从点开始的，逐步变成线，再变成一个面，然后面跟面的结合形成一个立体的人际网络。构建出色的人际网络是有规律的，这需要销售人经年不断地努力，有意识构建成以自己为核心的社群，这是杰出销售人的作为，也是未来营销的发展趋势。

1. 人脉就是财脉，做销售离不开人脉 / 179
2. 贵人相助，麻雀也能变凤凰 / 181
3. 你所结交的朋友决定着你的命运 / 183
4. 将有影响力的大人物变成自己的“圈里人” / 186
5. 投资于人，建立自己的人际数据库 / 189
6. 利用潜在客户的人际关系拿订单 / 190
7. 交换人脉资源让你的收获成倍增长 / 192

## 第十章 >>>>>

### 卖“信任”胜过卖产品——诚信买卖，更容易赢得客户的认同

销售人需要一种诚信的形象，这种形象不是自己说出来的，而是在自己的人脉圈中口口相传形成的，销售人需要个人品牌。诚信是一个人的招牌，诚信是共事过程中得到的品牌形象。销售人必须知道，在当下的商业语境中，做到诚信只是基础，客户的期望不只是一要你的诚信，他们还要的是自己的期望。新商业条件下的诚信，寄托着客户的一种托付，销售人需要知道自己是一个被托付的人。

1. 诚信是打动客户心扉的敲门砖 / 197
2. 卖“信任”胜过卖产品 / 199

3. “一诺千金”：承诺客户的要立即去做 / 201
4. 一千个推荐理由不如一个第三方证明 / 203
5. 透明度就是信任度，让客户充分了解公司 / 206
6. 积极回应抱怨，赢得客户的宽容与信任 / 210
7. 打造专家形象，只有专业才能赢得信赖 / 211

## 第十一章 >>>>>

### 销售的“灵魂”在于售后——提高客户满意度，业务才能经久不衰

销售人对客户售后的重视就是一种诚信，售后是一次生意的结束，又是另一次生意的开始，真诚对待老客户，这是保持业务连续性的基础。售前和售后需要一样的服务态度，一样的温度，这是积累人脉的过程。客户满意不一定是对于做事的满意，销售人知道，做事总有瑕疵，但是服务却能够维持客户的忠诚。

1. 销售的开始是在成交之后 / 217
2. 完善的售后服务是留住客户的法宝 / 219
3. 经常与客户保持多渠道联系 / 222
4. 妥善处理与客户的摩擦 / 224
5. 定期展开客户满意度调查 / 226
6. 不要忘记那些琐碎的服务 / 229
7. 只要处理得当，投诉也能带来好口碑 / 231

## 第十二章 >>>>>

### 销售无处不在——让你的生意遍布城市的每一个角落

要做天下人的生意，就要有心怀天下人的情怀。销售无处不在，无论来自于线上，还是来自于线下。优秀销售人是天生的行动派，他们用行动网住客

户，大量创造接触客户的机会。柔性坚持是他们的行动方式，他们善于抓住身边的机会，他们在长期跟进客户的过程中，相信规则，但是从不迷信规则。一流销售人的工作模式：一分布局，一分收获。

1. 每天都寻找有价值的客户 / 237
2. 处处留意，客户就在你身边 / 239
3. 不要让规划成为限制自己的框架 / 241
4. 抓住所有细小的生意线索 / 243
5. 终结销售，“乘凉”而不是“栽树” / 245
6. 网络时代的销售你要懂 / 248
7. 让老客户满意，新客户就会不请自到 / 252

## 第一章 *Di Yi Zhang*

### 搞定人是一门技术活

---

搞定客户是一种平衡的艺术，在关系和做事之间总会有一个平衡点。满足客户需求优于维系客户关系。一流企业不仅要维系客户关系，最重要的一点就是让客户赚钱，让客户受益。搞定事是搞定人的前提，没有服务客户的能力，无论有多好的关系，都不可能维系太久。





## 1 谁说搞销售的不是在搞艺术？

我们如何看待那些销售高手呢？如果将销售比作一个竞技活动的话，那些出色的销售人就是出色的运动员，他们之所以能够获得成功，是因为在工作中按照正确的方式进行了反复训练的结果。

任何事情只要做出了自己的“道”，都是一种艺术。所以无论做什么事情，没有入行的时候，总会觉得这很简单。其实一旦真正走进去了，进入角色了，并且力争做到最好的时候，这就成为了一种艺术。

在我们的生活中，销售无处不在。经济学家说，阳光下的事情都可以做交易。不管你的职业是不是销售人，只要我们一张口，其实就是在推销，这是广义的推销行为。因为在本质上，沟通本身就是一种双向的推销行为。

搞销售就是搞定人，搞定人的方式就是通过沟通获得客户的信任。

一般的沟通是一种技巧，高超的沟通是一门艺术。

艺术是一种境界。既然是艺术，就需要自己有意识地训练，这不是普通销售人可以驾驭的。我们在图书上看到很多销售人翻云覆雨，他们的销售谋略每每实施，就能获得客户认可。我们听过很多老套的故事，比如吉拉德的推销神话，几乎每一本关于推销的书上都有他的案例，甚至还有吉拉德生动的对话场景。

我们的推销工作果真像故事一样的有趣，甚至浪漫吗？其实销售是最现实的工作。如果我们将销售工作当成一门艺术的话，只有在遵循销售规