

顶级销售员内部核心课程——

成交有道

没有成交,谈何销售? 成交才是硬道理

苏 山◎编著

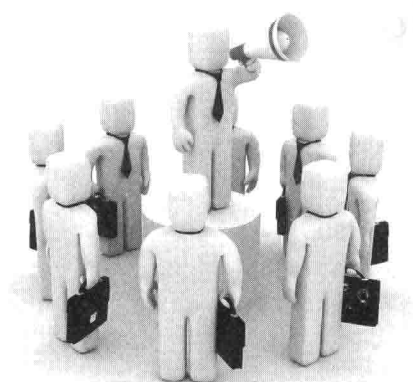


北京工业大学出版社

顶级销售员内部核心课程——

成交有道

苏 山◎编著



北京工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

顶级销售员内部核心课程. 成交有道 / 苏山编著.
—北京: 北京工业大学出版社, 2014. 9
ISBN 978 - 7 - 5639 - 4034 - 9

I. ①顶… II. ①苏… III. ①销售—方法 IV.
①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 208444 号

顶级销售员内部核心课程——成交有道

编 著: 苏 山

责任编辑: 李 光

装帧设计: 天下装帧设计

出版发行: 北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园 100 号 邮编: 100124)

010 - 67391722 (传真) bgdcbs@sina.com

出 版 人: 郝 勇

经销单位: 全国各地新华书店

承印单位: 北京高岭印刷有限公司

开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张: 16

字 数: 219 千字

版 次: 2014 年 10 月第 1 版

印 次: 2014 年 10 月第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978 - 7 - 5639 - 4034 - 9

定 价: 29.80 元

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题, 请寄本社发行部调换 010 - 67391106)



前言

提起销售，相信很多人都会想起那些口若悬河、夸夸其谈的销售员，更有很多人认为销售员拥有一张能说会道的嘴巴，便可以成为高效成交的高手。然而，现实却是随着知识经济时代的到来，以往的销售观念正在受着新浪潮的冲击，一个跟不上时代变化的销售员，很难成为成交高手。为了适应销售行业的不断发展，身为一名销售员就必须养成良好的习惯。

如今的销售员必须具备相应的人际关系网与个人亲和力，更需要具备高效的沟通能力，需要对市场有着精准的眼光。尤其推销产品，想要达到成交的目的，需要销售员合理地安排时间，能够按照客户的需求、购买习惯等特点，选择适当的销售策略。

要成为一名合格的销售员不能一味地蛮干，而应当随时总结经验教训，不断地提升自己。尽管销售工作的最初阶段是非常难以入手的，但是，随着你掌握一定的销售技巧之后，你的销售状态便会渐入佳境，会从中挖掘出很多成交机会；销售员必须要时刻把握的是，销售工作的过程便是一个不断扩大自己人际交往范围的过程。在日常生活中，只有不断积累自己的人脉、扩大自己的人际关系网，你才能获得更多成交的机会。精明的销售员必须要懂得人情世故，即使

面对客户的一些不合理要求时也要做到容忍。销售员更应当懂得老客户的重要性，能够时常保持与老客户的联系。因为老客户往往比开发新的客户更能节省成本与时间。与此同时，通过老客户，往往能够发展更多的新客户。

除此之外，销售员要学会推销的技巧，而不是没有技巧地一味强制地向客户做推销，多站在客户的角度去思考，对客户进行正确的引导。销售员还要明白销售工作并不是一蹴而就的，它需要不断地与客户进行沟通与交流。即便面对失败与拒绝，也应当严格要求自己做好本职工作，不能因为失败与拒绝而影响自己的情绪。

销售员还应当懂得合理的取舍，必要时做出及时的放弃，更要做好客户的追踪，做好成交后的服务工作。只有与客户搞好关系，能够从长远的角度与客户交流与沟通，理解客户的真实需求，才能真正将成交发挥到极致。

本书从各个方面，以实例加说明、分析的形式，充分说明了销售员在与客户最初接触，一直到完成成交过程中所需要注意的相关事项与问题，只有充分地掌握这些要点，你的成交之路才不再那么漫长。



目 录

第一章 想成交，开场前的准备不可少

对于每一位从事销售工作的人来说，在成交之前的准备工作是尤为重要的，成交之前的准备工作做得越充分，成交的机会便会越大。也就是说，销售人员在成交之前不仅要注重自己的形象和心态，更要掌握客户的相关信息与资料，以积极的态度备齐成交所需的要素，要尽可能多地了解自己所推销的产品与其相关情况，不仅仅要保持良好的销售心态，更应注重与客户接触时的形象，讲究与客户交往时的相关礼节。只有做好充分准备，才能让成交不再是难题。

唯唯诺诺形象尽失，何谈销售	2
信心满满方赢客户信任	4
人靠衣装，打扮得体很重要	8
把好的第一印象当作成交的通行证	11
你是谁？你认识自己吗	14
不断改造自我，升华自我	17
勇敢向前走，不要轻易放弃	19



以最好的业绩回击嘲笑	22
远离不良情绪	25
任何时候都不要停下进取的脚步	28
要销售，了解产品是第一步	31
给自己一个明确的目标	34

第二章 掌控情感销售这道成交必杀技

在当今高速发展的社会，情感因素乃是每一个人接收外界信息渠道的“阀门”，在处于极度缺乏必要的激情的情况下，理智往往无法发挥作用，难以进行正常的工作，甚至还会令人们产生严重的心理障碍，这时，唯有借助于情感方能不断叩开他人的心扉。尤其是销售员，若想达到成交的目的，就必须善于运用情感这把开启心门的钥匙。只有借助情感销售，不断培养与客户之间的情感，才能将你打造成一位销售行业的不败精英。

我们是朋友，买你的产品我放心	40
利益诱导，自然成交	42
小小帮助，换来巨大回报	45
满足客户的唯我独尊心理	48
胸怀宽广，主动承受“怨气”	51
客户帮你，永志不忘	53
善用情感攻势	56
做与客户志同道合的朋友	59
早一些做人情储备	61
善使小恩惠，缩短客户距离	63
以非凡的气场征服客户	66



第三章 打开成交之门的钥匙——沟通

每一位成交高手，都必然具备一种能力，那就是沟通力。想要像这些成交高手一样具备高效的成交率，最需要你做的就是能够有效地与客户展开沟通，这也是成交过程中不容忽视的过程。有效沟通的前提就是对客户信息有全面的了解与掌控。若是你对客户的信息不甚了解，便说明你无法与客户做有效的沟通。不过，想要对客户有更深入的了解，还需要你学着与客户沟通。即便是已经有了销售决策，也不能忽视与客户的沟通。否则，以往你所做的努力都会白白浪费。善于与客户沟通，能够有效地与客户进行交流，往往在赢得客户的好感的同时，还能提升你与客户之间的亲密度，为最终的成交奠定良好的人际基础。

完美沟通的不二法宝：口才	70
学会向客户说“不”	72
坚决不做“独白者”	75
指出客户错误时不要那么直白	78
绵里藏针，软硬兼施巧成交	80
从客户感兴趣的话题入手	83
不给客户机会说“不”	86
用好微笑这张免费名片	88
以客户喜欢的方式沟通	91
以提问的方式，让客户无法拒绝	94

第四章 发掘客户需求，锁定成交关键

作为一名销售员，必须对客户的需求进行准确的了解。只是客户的需求大都具多方面性与不确定性，这两种特性便注定销售员必须不断地去对客户需要进行分析与引导。销售员与客户进行长时间的沟通之后，才能对客户购买产品的欲望、用途、功能以及款式等



进行不断发掘，从而将客户心里对产品模糊的认识运用精确的方式表述出来。只有真正了解了客户的需求，才能抓住成交的重点，引导客户不断朝着成交的方向靠近。因此，了解客户的购买动机、尊重客户的需求、正确引导客户的真实需求等都是每一位销售员必须掌握的。

深入了解客户的购买动机	100
尊重客户的需求	102
实施引导，了解客户的真正需求	105
需求是可以被创造的	108
市场调查是了解客户需求的重要一步	111
运用双赢，激发客户需求	114
安全感刺激客户需求	117
想要索取，首先要学会给予	120
像客户一样思考	122
客户关心的永远是自己的利益	125

第五章 不同客户，不同销售的策略选择

在开展销售工作的过程中，销售员每天都需要接触大量的、各种各样的人，销售员所接触到的这些人往往存在极大的差异，想要说服不同的人，让其成为自己的客户，就需要销售员在应对不同客户时，采取不同的销售策略。也就是对于不同类型的客户，使用的销售手段必须差异化。只有身为销售员的你，学会了因人而异做销售，面对不同的客户，恰如其分地选择不同的销售策略，才能将自己打造成成交高手。

精明型客户要给予其充分的证明	130
贪便宜的客户，了解客户的求廉心理	132
给予精挑细选型客户足够的耐心	135



追求个性的客户，用产品的独特性去吸引	138
掌握客户物以稀为贵的心理	140
借助羊群效应促成交	143
不要给随和型客户任何压力	145
主见型的独断专行客户	148
恭维满足爱慕虚荣型客户	151
好的建议送给犹豫不决型客户	154

第六章 异议是成交的前兆，一语中的巧化解

在整个销售工作开展的过程中，几乎每一个销售员都会遭遇客户提出的异议。事实上，通常客户之所以会提出异议，往往是因为客户对你所推销的产品已经有了兴趣与好感，提出异议是想更加深入地了解你的产品或者你的服务。面对客户提出的异议，销售员若能恰当地予以解决，往往很容易便达成交易。也就是说异议乃是成交的前兆，销售员在化解客户异议时，需要特别小心谨慎，不仅要把握处理客户异议的最好时机，还必须掌握一定的异议化解技巧，能够一语中的的巧妙给予客户异议处理，只有这样，你才能抓住这些提出异议的客户，拥有更多成交的机会。

面对争执，要懂得退让	160
有些异议不必深究	163
示弱赢取他人的“同情心”	165
以退为进，巧妙化解尴尬局面	167
学会向客户主动认错	170
自贬来抬高客户的身份	173
不涉及原则的问题装一下糊涂	175
处理客户异议的态度很重要	178
请将不如激将，刺激客户能化解疑虑	181
化解客户的不良情绪	184

第七章 必要时推他一把又何妨

想要成功实现成交，最需要销售员做的便是制定出一套切实可行的激发客户的销售方案。因为在很多时候，客户对产品很少有主动需求的，即便对某些产品有某些需求，也需要销售员旁敲侧击一番，才能让其做出购买决定。因此，在销售工作开展的过程中，销售员有必要制定一套能够激发客户购买行为的方案，在必要的时候，积极地帮助客户向前迈进一步，便可以将产品成功销售出去。任何一套激发客户的销售方案都不是凭空想象出来的，销售员应当以客户需求为基础，对客户的这种需求加以刺激与引导，运用正确的销售策略，达成最终的交易。

与客户的潜意识对话促成交	190
巧设悬念促进成交	193
在产品优缺点方面下功夫	196
选择性问题，让客户二选一	199
没有人能抵挡“免费”的魅力	201
利用促销打折的方式征服客户	204
用体验刺激客户需求	207
客户的弱点就是卖点	210
以“借”促成的交易	212

第八章 虽已成交，但工作尚未完成

当成交已经成定局，这时销售员依然不能有丝毫的放松，因为成交并不是产品销售的终点，而是一个新的起点。因此，产品成交后的跟踪同样十分重要，甚至还直接影响着下一次成交的机会，关系着客户是否重复购买。在产品达成交易后，销售员依然需要与客户保持经常性的联系，并努力去完成与成交相关的一系列未完的工作，



以达到更好地实现推销目标的行为目的。任何一场销售的目的都是建立在满足客户需求的前提下，让销售员实现自身利益的。客户的利益与销售员的利益有着密不可分的关系。想要维护这两方面的利益，即便是已经成交签约，但是依然没能实现两方面的利益都得到维护的目标。也就是说在成交之后，销售员还必须充分重视售后服务，维护与客户的良好关系。

许下的诺言就要兑现	218
充分重视客户回款	220
不要让账款成为呆账	222
主动与客户保持联系	225
引导客户进行重复消费	228
不断建立完善客户档案	230
分类管理成交客户的资料	233
做好客户资料的记录	235
售后跟踪服务很重要	237

第一章

想成交，开场前的准备不可少

对于每一位从事销售工作的人来说，在成交之前的准备工作是尤为重要的，成交之前的准备工作做得越充分，成交的机会便会越大。也就是说，销售人员在成交之前不仅要注重自己的形象和心态，更要掌握客户的相关信息与资料，以积极的态度备齐成交所需的要素，要尽可能多地了解自己所推销的产品与其相关情况，不仅仅要保持良好的销售心态，更应注重与客户接触时的形象，讲究与客户交往时的相关礼节。只有做好充分准备，才能让成交不再是难题。



唯唯诺诺形象尽失，何谈销售

那年，他被授予诺贝尔和平奖；尽管他来自于以贫穷而闻名世界的非洲，但是，他却通过自身的努力跻身于联合国高层之列，他就是联合国第七任秘书长科菲·安南，他执掌联合国长达十年之久。

安南出生于加纳中心地带的库马西的一户名门望族，安南的家庭不仅十分富有，而且属于当地的贵族阶层，因此他的家族有着特别的名望，甚至在整个阿散蒂地区都有很大的影响。从小，安南便受到父亲极大的影响。也正是因为父亲的影响，使得安南形成了刚正不阿的性格，凡事从不低三下四，坚持自己的想法，才得以实现了人生理想。

据说，一次安南的父亲将一位伙计找来询问某些事宜。由于一直以来，这位伙计都对安南的父亲有一种畏惧感，因此，当这位伙计看到安南的父亲时，正在抽烟的他连忙将燃着的烟装进了裤子的口袋中。结果，这位伙计的裤子不久便冒出烟来。见到此种情景，安南的父亲并没有说什么，反倒非常冷静地望着眼前这位紧张不堪的伙计，一直到对方仓皇离开。

这段情形刚好被安南看到，安南对于父亲的表现非常生气，他甚至愤怒地对着自己一直非常敬重的父亲大声喊道：“为什么？为什么你要这样对待你的手下？”

听完安南的质问，父亲平静地回答说：“为什么？是他自己将烟装进裤子口袋中的，他完全可以将燃着的烟投到桌子上的烟灰缸中，也可以将烟扔到房间外；更有甚者，他愿意的话，可以继续抽那支烟。可是，他却选择了将烟装进裤子的口袋中。”说完，稍稍停顿了一会



儿，父亲继续说道：“在这个世界上，我们每一个人都应当维护自己的尊严，任何时候都不能看他人的脸色而让自己低三下四、唯唯诺诺，没有人比他人卑微。”

听完父亲的话后，小小年纪的安南有所领悟。从此他一直都坚持维护自己的尊严，尤其在成为联合国秘书长后，面对很多人的歧视与指手画脚，安南从来都不会感到自卑，更不会在任何人面前表现得唯唯诺诺，而是坚持听取他人的意见，严格按照正确的、符合大多数国家利益的方式履行自己的职责。正是因为如此，在安南的领导下，联合国不断发生着变化，而他则以自己良好的形象不断打动着各国民众的心，让那些以往看不起他的人也对他的人品赞不绝口。

在现实销售工作开展的过程中，很多销售员犹如上述故事中那名伙计一样，在权威、客户面前总是一副低三下四的姿态，期望用这种姿态赢得客户的认可。殊不知，这种唯唯诺诺的形象不仅无法赢得客户的好感，甚至还会令自己所推销的产品贬值，最重要的是会导致企业的声誉与销售员自身的人格贬值。相反，真正精明的销售员，尽管他们没有取得安南那样大的成就，但是，在面对客户时，却都会像安南那样，不会因为担心自己的业务，而变得唯唯诺诺。因此，他们总能获得一次次的成交机会。

身为一名销售员，想要获得成交的最基本要求便是端正自己的心态，以正确的心态对待自己所从事的事业。不然的话，你就很难在销售行业中取得业绩。正所谓：“心态决定命运。”销售员极富挑战性的工作，不仅仅是对每一位销售员的能力考验，更是对销售员心理素质的全面考察。无论任何时候，你都必须对自己从事的工作有理性的认识，全身心地投入自己的工作中。对于刚刚加入销售行业的新人来说，更要敢于直接面对客户，切不可在与客户交流的过程中，有坐立不安、语无伦次等表现。这种自卑心理只会让你毁掉一次又一次的成交机会。

千万不要认为销售是一份卑微的工作，相信销售与其他行业一样，



你与客户之间的关系是平等的，你所做的工作是帮助他人解决问题。因此，你完全没有必要在客户面前表现得低三下四，更不需要以唯唯诺诺的态度与客户交往。只有你看得起自己了，才能赢得客户的信任。反之，若是连你自己都看不起自己所从事的工作，又怎么能让客户看得起你与你所推销的产品呢？一味地唯唯诺诺不仅不会赢得客户的好感，反而会令客户失望，使得成交成为空想。

锦囊妙计



在所有的行业中，从来都不存在卑微的工作，唯有对待工作时卑微的态度。但凡成功的销售员，必然拥有对待销售工作的正确心态。想要成为优秀的销售员，就需要你无论面对什么样的客户，都要丢掉“销售是丢面子的工作”的错误认识，而要以不卑不亢的态度与客户相处，唯有如此，方能获得成交的可能。



信心满满方赢客户信任

阿德莉娜是一家化妆品销售公司的职员，在很长一段时间里，她的销售业绩都排在全公司业务员的首位。在很多人眼中，阿德莉娜是为销售而生的，她有着非常优秀的销售才能。但事实上，刚刚进入这家化妆品销售公司时，她却是一个严重缺乏自信之人，那时的她总是担心自己“这也做不好，那也做不到”，甚至每次在面对客户时，她都会极度紧张，最让她感到害怕的事情就是去拜访陌生的客户。很多时候，当阿德莉娜去拜访陌生客户时，她甚至不敢主动与客户交流，担心客户不接受自己与自己所推销的产品。



尽管阿德莉娜非常努力地研究自己所推销的产品，尽可能地去发现产品的优势，她还努力尝试主动与客户沟通，但是，很长一段时间里，阿德莉娜的销售业绩一直都无法提升，甚至还一次次遭到客户的拒绝，她的热情几乎被现实打击得残缺无存。正当阿德莉娜彷徨于自己是否继续在销售行业发展之际，她的主管向她伸出了援助之手。

那天，阿德莉娜的主管叫她一起去拜访一位客户。在见到那位客户之前，主管对阿德莉娜说道：“我现在就去向一位潜在客户推销我们的产品，若是我半个小时内没有拿下这位潜在客户的话，我回到公司就立即向领导递交辞职报告。”

听了主管的一番话，阿德莉娜为对方捏了一把汗，她暗暗地想：“主管也没有必要为一次不成交而丢掉从事多年的工作啊。”

随后，主管便独自一人走进那位潜在客户的办公室，大约半个小时后，主管从客户的办公室走出来。令阿德莉娜感到吃惊的是，主管真的在半个小时的时间内成功拿下了这笔大订单。看到主管的表现后，阿德莉娜意识到，自己在以往面对客户时，总是过度担心，一味地想象客户拒绝自己怎么办，从最初与客户接触时便不断地否定自己，认为自己不能说服客户……

想到这里，再想想刚刚主管走进客户办公室之前所说的话是那么的自信，而自己缺乏的不正是这种自信吗？于是，阿德莉娜当即向主管表示：“主管，你可以监督我，今天下午我一定要拿到一份订单，如果办不到，你就开除我。”

那天下午，阿德莉娜鼓起极大的勇气，向一位潜在客户推销自己的产品。这次与以往不同的是，阿德莉娜不再那么没有勇气，不再想象无法成交时的种种场景。丢掉了思想上的包袱之后，她反而变得自信多了，她不断地向客户介绍着自己的产品以及产品能够为客户带来什么样的利益，根本没有想过客户拒绝自己会怎么样。那天也是阿德莉娜从事销售工作以来最放得开的一次销售经历，她用最真诚的态度与客户交流，最终，那位潜在客户被阿德莉娜的真诚与自信打动，当