

每招每式都是应对的锦囊妙计！

# 汽车 销售冠军 是这样炼成的



汽车销售冠军都在使用的**销售秘诀**

- ◆ **300**招实操方法, **118**个实战案例
- ◆ **30**万名一线汽车销售精英验证
- ◆ 已经超过**300**万人次微信阅读

赵文德 著



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS



每招每式都是应对的锦囊妙计！

# 汽车 销售冠军 是这样炼成的



汽车销售冠军只做不说的销售秘诀

赵文德 著



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

本书是作者十多年汽车销售实战工作的经验总结,它将告诉你如何从一位汽车销售新人修炼成为汽车销售冠军。书中内容都是一线汽车销售人员所关心的话题,比如销售顾问的能力素质构成,客户来店接待时如何实现快速破冰,如何与客户互动沟通才能赢得客户信任,如何进行产品介绍,什么是优势报价方法,如何进行主导式价格商谈,促单成交的方法,如何进行汽车装饰精品和汽车保险销售,如何在车展现场实现快速成交,如何进行完美的销售流程修炼,以及汽车销售顾问未来的职业发展方向等。

全书分为7篇,共涉及60个热点话题,全面、系统、深入地讨论了汽车销售工作中遇到的实际问题,适合广大汽车销售人员阅读,可以作为汽车销售工作指导用书,也适合作为汽车销售实战类课程培训老师的参考用书。

## 图书在版编目(CIP)数据

汽车销售冠军是这样练成的/赵文德著. —北京:机械工业出版社,2014.8(2014.11重印)  
ISBN 978-7-111-47665-8

I. ①汽… II. ①赵… III. ①汽车—销售—方法 IV. ①F766

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第186611号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)  
策划编辑:齐福江 责任编辑:孟晓琳 责任校对:薛娜  
封面设计:张静 责任印制:刘岚  
保定市中国画美凯印刷有限公司印刷  
2014年11月第1版第2次印刷  
169mm×239mm·16.75印张·1插页·262千字  
4001—7000册  
标准书号:ISBN 978-7-111-47665-8  
定价:48.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010)88361066

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售一部:(010)68326294

机工官网:<http://www.cmpbook.com>

销售二部:(010)88379649

机工官博:<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线:(010)88379203

封面无防伪标均为盗版



本人赵文德，从事汽车营销工作十多年了，前5年是自己在卖车，后5年在指导别人卖车。特别是通过“培训师赵文德”微信公众平台发表汽车销售实战类文章以来，许多朋友一直通过这个平台向我咨询，下面列出几个他们经常问到的问题。

- (1) 如何快速成为一名合格的汽车销售顾问？
- (2) 如何快速拉近与客户之间的距离？
- (3) 如何获得客户的信任？
- (4) 如何在产品介绍过程中主导客户的思路？
- (5) 如何引导客户的需求？
- (6) 如何在车展现场快速成交？
- (7) 如何在价格商谈中变得游刃有余？
- (8) 如何……

像这样的问题，每天会收到一千多条，我都要抽两个小时以上的时间来回答，为此消耗了我很多的业余时间。虽然很累，但是被他们的情感和求知欲所感染，我真的无法拒绝他们。问题回答得多了以后，我就想，是不是可以写成文章来回答他们呢？我真的这么做了，而且越写越多，他们的提问也越来越积极。最后，我把这些解决实战问题的文字汇集起来，就成了现在这本书。

朋友们提出的每一个问题，只要不是重复的，我都逐条记录下来，就变成了这本书的目录。你现在肯定急着要去翻看本书的目录了，那就先去看一眼吧，看看目录上的问题是否都是你在日常销售过程中经常碰到的问题。如果是，那你选择这本书就选对了。

书中不仅会告诉你产生这些问题的原因，还会告诉你成功的汽车销售冠军都是怎样有效应对的。每一个问题都有详细的实操步骤，你只要照做，就

能够从一个刚入行的新人，逐步修炼成为一个销售冠军。

## 本书具有4个显著特征

### (1) 以一线汽车销售冠军的实战经验为基础

由于本人专注汽车营销实战工作十多年，卖过国产品牌汽车，也卖过国际品牌汽车，还担任过汽车主机厂区域销售经理。现在，每个月有一半时间在为一线销售人员提供销售实战培训和辅导。因为我经常与销售顾问们吃在一起，工作在一起，所以能够有机会深切了解他们的销售经验。书中分享的成功销售方法都来自汽车销售冠军的经验总结。

### (2) 以解决销售人员关心的实际问题为导向

“培训师赵文德”微信公众号已是国内汽车营销行业中首屈一指的专业微信公众号，粉丝朋友绝大多数是汽车营销人员。他们通过微信公众平台向我提问，书中所讨论的内容都是针对粉丝朋友们提出频次最多的问题而作出的解答。

### (3) 强调和侧重实战运用

书中所提供的案例都来自一线汽车销售实战场景，提供了在不同的实战场景中可用到的不同的、实用的销售技巧和话术。汽车销售顾问完全可以一边阅读，一边直接运用到销售实战中，上午学了，下午就能用。

### (4) 深入透彻地洞察客户行为心理

目前已有许多讲解汽车销售技巧的图书，却极少有站在客户的角度去深入分析客户的购买行为和心里的书，这使汽车销售人员很难做到知己知彼。而这本书做到了，这是一个绝对不能忽视的特色。

总之，这是一本以解决汽车销售实战问题为己任的书籍，书里没有令人昏昏欲睡的心灵鸡汤，没有令人热血沸腾的空洞口号，只有实实在在的、已被一线汽车销售顾问证明是有效的实战销售方法和策略。

希望你能够通过细读本书，找到解决现实问题的答案，并从中受益。

## 感谢

感谢我深爱的妻子周潇男。作为一名资深的新闻记者，她不仅要做好自己的本职工作，还要照顾好家庭，教育好我们的孩子。她敏锐的眼光、深厚

的文字功底和坚持不懈的精神，一直激励着我完成本书的写作。

感谢东风柳州汽车有限公司总经理助理兼乘用车销售公司总经理姚利文先生，他是我的领导，同时也是我的导师，一直在帮助我成长。他精湛的专业能力、卓越的领导才能和宽大的胸怀，总是在激励着我前行。

同时还要感谢所有关注我，鼓励我，为我提供不同思考方向的粉丝朋友！这本书的出版，源于你们的需求和支持。希望你们能从中找到自己想要的答案，从而提高自己的销售能力，赚取更多的销售奖金，改善自己的生活品质。

赵文德

# 目录 CONTENTS



## 前言

### **第一篇 销售准备篇 ..... 001**

1. 汽车销售有没有一招制胜的绝招? ..... 002
2. 怎么谈恋爱就怎么卖车 ..... 005
3. 汽车销售是不是一个好职业? ..... 009
4. 优秀的汽车销售顾问需要哪些能力? ..... 013
5. 你的销售能力水平怎么样? ..... 016
6. 如何让销售顾问卖车卖到上瘾? ..... 019
7. 汽车销售顾问的未来在哪里? ..... 024
8. 新车上市如何快速热销? ..... 027
9. 如何有效举行店头活动? ..... 033

### **第二篇 来店接待篇 ..... 038**

1. 如何在客户来店接待时快速破冰? ..... 039
2. 如何让来店的客户愿意开口说话? ..... 044
3. 如何获取客户的有效信息? ..... 048
4. 如何对客户进行深入的需求分析? ..... 053
5. 如何应对随客户一起来店看车的朋友? ..... 059
6. 购买决策人的意见不一致, 怎么办? ..... 063
7. 客户为什么会对你言听计从? ..... 067
8. 如何赢得客户对你的信任? ..... 071
9. 你为什么要对别人的馈赠作出回报? ..... 074

10. 如何向客户赠送礼品才能获得更大的回报? ..... 078
11. 如何推荐产品才能卖出更高的利润? ..... 082
12. 如何在产品介绍中主导客户的思路? ..... 087
13. 如何开展试乘试驾才更有利于促单成交? ..... 092
14. 如何应对爱挑毛病的客户? ..... 097
15. 如何彻底打败对手, 赢得客户? ..... 103

### **第三篇 车展销售篇 ..... 108**

1. 快速识别真假购车客户 ..... 109
2. 快速把握客户购车欲望程度 ..... 110
3. 快速激发客户的购买欲望 ..... 113
4. 有效预防对手抢走客户 ..... 114
5. 快速拉近与客户的个人关系 ..... 117
6. 团队合作高效逼单成交 ..... 120

### **第四篇 电话销售篇 ..... 126**

1. 如何让来店客户留下联系电话? ..... 127
2. 接打销售电话时要注意哪些细节? ..... 131
3. 如何打出让客户满意的跟单电话? ..... 136
4. 如何把电话里询问底价的客户邀约到店? ..... 139
5. 如何应对电话里说要再考虑考虑的客户? ..... 143
6. 电销专员要有“会听”的本身 ..... 148
7. 邀约客户来店太难了, 去和他们约会吧! ..... 152

### **第五篇 价格谈判篇 ..... 159**

1. 如何报价才能占据主动权? ..... 160
2. 如何在价格谈判中期有效逼单? ..... 165



- |                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 3. 客户在几个店之间来回比价, 怎么办? .....     | 170 |
| 4. 客户提出过分的价要求怎么办? .....         | 173 |
| 5. 如何创造差异性来应对客户杀价? .....        | 177 |
| 6. 如何以条件约束来应对客户杀价? .....        | 180 |
| 7. 网上的报价更低怎么办? .....            | 185 |
| 8. 别的城市报价更低怎么办? .....           | 188 |
| 9. 到了价格谈判后期就别再一味地降价了 .....      | 192 |
| 10. 如何在销售旺季卖出好价钱? .....         | 197 |
| 11. 客户订车后发现别的地方价格更低, 怎么办? ..... | 205 |

## 第六篇 增值业务篇 ..... 211

- |                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 1. 巧用配套心理销售汽车装饰精品 .....         | 212 |
| 2. 巧用从众心理销售汽车装饰精品 .....         | 215 |
| 3. 巧用恐惧心理销售汽车装饰精品 .....         | 217 |
| 4. 吃准客户心理, 装饰精品销售就不过是小菜一碟 ..... | 219 |
| 5. 如何向客户推荐按揭购车方案? .....         | 223 |
| 6. 客户不愿意在4S店买保险怎么办? .....       | 228 |

## 第七篇 销售流程篇 ..... 232

- |                            |     |
|----------------------------|-----|
| 1. 客户满意的销售流程是怎样的? .....    | 232 |
| 2. 完美的销售流程是怎样炼成的? .....    | 237 |
| 3. 完美的销售流程会有什么回报? .....    | 240 |
| 4. 销售流程做成这样也能把车卖掉? .....   | 243 |
| 5. 你的销售流程为什么会这么差? .....    | 245 |
| 6. 4S店提升核心竞争力的出路在哪里? ..... | 250 |

## 附录 ..... 255

- |                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 测试一下, 读完本书之后, 你的能力提升了多少? ..... | 255 |
|--------------------------------|-----|

# 第一篇

## 销售准备篇

一位豪华品牌汽车4S店的市场部工作人员曾问我，如何才能让销售总监同意让她转岗到销售部去做一名销售顾问。我问她，做市场工作不好吗？销售顾问压力可不小。她回答说，销售顾问的平均收入是她们整个4S店里收入最高的岗位，所以一直很想成为销售顾问，但又很难成功转岗，正在发愁之中。



车行的全体销售顾问正在整理仪容仪表，准备迎接新一天的销售工作

不少刚进入汽车销售行业的销售顾问，并不了解汽车销售是一份怎样的工作，不知道自己是否适合从事汽车销售工作，不知道如何开展销售工作，不知道如何成为一名合格的汽车销售顾问，不知道如何提高自己的销售能力，不知道如何卖出自己的第一辆汽车。而且每次遇到客户，心里面总是没底，硬着头皮迎上去，却不知道和客户说什么好。



汽车销售顾问不是普通的营业员

那些在汽车销售行业工作了多年的销售顾问，经理没做成，年龄却一天天地增长，早已没有了当初那种一见到客户就恨不得扑上去的冲劲，业绩不增反降，一次次地自问，是不是遇到了瓶颈，如何突破，自己的未来在哪里。

读完这一篇，无论是销售新人还是“老”的销售人员，都将找到自己需要的答案。

## 1. 汽车销售有没有一招制胜的绝招？

长久以来，我被汽车销售顾问问得最多的问题有两个：

- 1) 如何将汽车既多又贵地卖出去？
- 2) 有什么一招制胜的绝招让客户进店后快速作出购买决定？

要回答第一个问题很简单，只要你认真地多读几遍这本《汽车销售冠军是这样炼成的》，并把书中介绍的方法熟练地运用到销售实践中去即可。

而对于第二个问题，我们先来看看下面这个案例吧。

### 你是不是这样让客户快速作出购买决定的？

当客户来店后，若想让他在短时间内作出购买决定，你可以拿一把刀顶在他的背后，拍拍他的肩膀，对他说买还是不买，他肯定会非买不可。但是，你敢这么做吗？

除此之外，还有第二个方法吗？当然有！

我到过全国很多汽车4S店，发现很多销售顾问都有一个共同的销售套路。

到车行后，我一般会装扮成一个想要购车的客户，在店里随便找个销售顾问，指着一辆车子问：“这款车卖多少钱？”销售顾问会如实报价。

我接着问：“有优惠吗？”

“现在有3000元的国家节能惠民补贴。”

“节能惠民补贴又不是你们给的优惠，是国家给消费者的补贴，这不能算。除了这3000元之外，你们自己还有什么优惠吗？”

销售顾问想了想，说：“如果您今天就订车的话，我们可以送您一份价值5000元的全车保险。”

“还有吗？”

“有，还会送一套价值1800元的DVD液晶屏GPS导航系统。”

“还有吗？”

“有，送一套价值500元的高级车窗贴膜。”

“还有吗？”

“没有了。”

好，到此打住，我们回过头来算一算，你会发现，我都还没有明确地说就要买这款车，而销售顾问已经把 $3000+5000+1800+500=10300$ 元的优惠给大大方方地送出去了。

大家平时是不是经常这么做？如果是，请你以后不要再这么做了，否则你会把公司给卖掉的。

## 到底有没有一招制胜的卖车绝招？

我现在可以清清楚楚地回答你了，真没有！

那么你应该怎么办呢？以下几条建议可供参考。

1) 了解你的客户。了解他的现状，比如他是做什么工作的，他有哪些社会背景，他在工作生活中最得意的是什么，最困惑的是什么，为什么会这样。他原来驾驶的是什么车型，对该车型是如何评价的等。你对客户了解得越透彻、越全面，对客户的判断才会越准确，在后期与他沟通的时候才能有更多话题。有的销售顾问见到客户的时候，话都不敢多说两句，就等着客户提问，问什么就答什么，不问就不说话，他所做的工作不像是在卖车，倒像是在参加考试，每次见到客户都战战兢兢地等待着考试。客户问完了，也就走了，他也终于可以放松下来了。而他对客户的情况却一无所知，这样的销售顾问不是销售顾问，最多只能算是一个营业员。

2) 关心你的客户。每个客户都很排斥外人向自己推销，却没有人会拒绝别人的关心，因此我们要真诚地关心客户，把他说的话放在心上，去关心他的工作，关心他上次告诉你的他所遇到的烦心事；让他觉得你很在乎他的感受，在乎他的利益是否受到伤害，让他觉得你很理解他的立场，你是站在他的立场上为他说话的。这样，他才愿意向你敞开心扉，把他内心的真正想法告诉你。

3) 满足你的客户。满足他的什么需求呢？曾经看过一篇文章说，美国的

消费者买车是因为觉得需要用车，所以才买车，而中国的消费者买车是因为看到隔壁的邻居买车了，或者看到朋友有了辆新款的车了，觉得自己也应该有车，所以才买车。我们要满足的是这样的需要。除此之外，还要满足他对面子的需要，满足他对产品性能的需要，满足他对热情服务的需要，满足他对物美价廉的需要等。你不仅要满足他，还要让他觉得这就是他所需要的。

4) 给他足够的信赖。创造了汽车销售界吉尼斯世界纪录的美国人乔·吉拉德说过，把产品销售出去之前，要先把自已销售出去。如何把自己销售出去呢？如果你是客户，你在怎样的情况下才会接受一款产品？是不是当你在心理上相信这款产品满足了你的需要，而且你也相信了把产品推销给你的这个人的时候才会接受。如果你连卖东西给你的那个人都不相信，你会相信他推荐的产品吗？你还会从他手里购买产品吗？我们要如何才能获得客户的信任？这要取决于客户是否认为你理解了他的立场，站在他的立场上和他说话，你是否与客户进行了坦诚的沟通，你是否引用了公认的权威证明来佐证，你是否提供了真实用户的真实体验，你是否提供了可视化的事实证据，你是否向客户提供了全面而客观的信息。这方面的内容，在第二篇第8章会给出更加详细的讨论。请记住，客户的信赖要比黄金贵10 000倍。

5) 帮他一起作出决定。客户在购买产品的过程中，通常容易犹豫不决。比如不知道要红色的好，还是蓝色的好，也不知道是买日系车好，还是德系车或者美系车好，是省油更重要，还是安全性更重要。在他选择的过程中，互联网上的汽车论坛里在提供各种正面评价信息的同时，也充斥着负面的评价信息，这使他难以作出决定。他既容易因处于信息孤岛而感到恐慌，又容易因为无法处理海量的信息而惴惴不安。这时候，他非常需要一位专业的销售顾问来帮助他作出决定。

在汽车销售中，低价销售虽然是一个简单、易用又有效的销售方法，但那是一个杀鸡取卵的策略，是不可持续的策略，能不用就尽量不用。如果你想成为一名真正的可持续发展的汽车销售顾问，就永远不要想着有什么灵丹妙药似的绝招。你也不要以为只要使出这个绝招就能一招制胜，降服客人乖乖地掏钱购买，这是不可能的。你要做的是了解他、关心他、满足他，让他放心，和他一起作出决定。这也是我写作本书的原因。在后面的章节中将逐一展示如何实现这个目标。



### 小结

我们要以和客户谈恋爱的心态来进行销售，以正确的方法策略来追求我们的客户，一旦你追求成功了，他就会对你言听计从，给你的回报远远超出你的期望值。这也是很多汽车销售培训教材中所说的：怎么谈恋爱就怎么卖车。

## 2. 怎么谈恋爱就怎么卖车

恋爱也好，婚姻也罢，极少有速成而幸福的例子。汽车销售就像谈恋爱，也少有速成的办法，我们可以参照谈恋爱的方法来销售。我们可以将完整的恋爱过程分解成8个阶段，完整的汽车销售过程同样可分解为8个阶段。

### ▶ 恋爱准备阶段，类似于汽车销售的销售准备阶段 ▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶

对于恋爱来说，不管是男方还是女方，刚开始时，都在心里面或多或少地有些模糊的感觉，比如不知道自己要找什么样的人谈恋爱，也急于知道自己未来的那一位到底躲在什么地方，甚至搞不清楚自己为什么要谈恋爱，若在这种情况下开展一场恋爱是很难有一个如意的结局的。

对恋爱初期的男女双方来说，这个阶段要做的主要事情一般有4件：

- ①分析自己要找什么样的恋爱对象；
- ②自己的心理成熟度到了什么程度，是否达到了能为对方负责的程度；
- ③是否做好了接受沉甸甸的感情的心理准备；
- ④是否做好为了爱情奋不顾身的准备。

对于汽车销售来说，也有与恋爱中的男女一样的困惑，他们也同样要思考4个问题：①是否已经充分认识了汽车销售这个职业；②是否真正地喜欢汽车销售这份工作；③是否达到了一名合格汽车销售顾问的素质要求；④是否掌握了洞察客户行为和心里的方法，如果还没有，是否已经找到了提升自己的方法、途径？

### ▶ 寻找恋爱对象阶段，类似于汽车销售的客户开发阶段 ▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶

俗话说，打仗时最怕的就是不知道敌人在哪里，恋爱时最怕的就是不知

道喜欢自己的人在哪里。如果能有一种类似于魔镜一般的神器，只要往里面一看就知道自己的终身伴侣在哪里，那该多好，不管对追求方还是被追求方来说，都是非常省时省力的。但是这样的神器，在目前来说是不存在的。

谈恋爱的人，在寻找恋爱对象的阶段，一般要做5件事情：①发现自己心仪的恋爱对象；②制订恋爱行动计划；③搜集对方的相关信息；④了解对方的个性和喜好；⑤接近对方，争取获得好感，让对方愿意与自己交往。

恋爱没有神器，汽车销售也没有神器，对于汽车销售来说，要做5件事情：①制定客户开发目标；②制订客户开发的行动计划；③搜集、整理、分析潜在客户信息；④接近目标客户群体并把信息传达给他们；⑤成功邀约目标客户来店。

### ▼初次见面接触阶段，类似于汽车销售的来店接待阶段▶▶▶

人类是一种很奇怪的动物，一种先入为主的心理效应总是或多或少地影响着他们对事物的判断。同理，任何一对未曾谋面的恋爱男女，对对方的认知在很大程度上都会受到第一印象主导并深受影响。

处于初次接触阶段的男女，一般要做4件事情：①给对方留下好的第一印象；②进一步了解对方，收集自己感兴趣的信息；③分析对方的个性、生活习惯与喜好；④判断对方是否符合自己的期望，以此作为后期决策的依据。

对于汽车销售而言，客户可能在来店之前已经见过该产品，对产品本身已不再陌生，而与销售店和销售人员，却是第一次接触，所以销售人员需要给客户留下良好的第一印象。

销售顾问在这个阶段有5个任务：①给客户留下热情、专业、可靠的第一印象；②搜集客户个人的深层次信息；③对客户做全面需求分析、个性分析和行为习惯分析；④进行初次的产品销售报价；⑤与客户建立起初步的友谊关系。

### ▼互相熟悉阶段，类似于汽车销售的产品介绍阶段▶▶▶▶▶

男女双方如果初次见面时留给对方的第一印象比较好，接下来一般会进入互相熟悉阶段，如果第一印象不太好，是很难进入这个阶段的。

处于互相熟悉阶段的恋爱双方，要做的事情一般有4件：①进一步了解

对方的个人信息，比如身体是否健康、个人饮食习惯偏好等；②了解对方的周边关系，如交往的朋友圈子、工作关系等；③了解对方的家庭与亲戚关系，如父母兄弟姐妹、外公外婆、表兄妹等；④了解对方过去的经历以及未来的设想，如学习经历、交友经历、未来的梦想、规划或者计划等。

在彼此互相熟悉的过程中，双方可能表现出自己对对方的好奇和关心，会提出很多让对方感兴趣的问题，提的问题越多，表明对对方的兴趣程度越高。如果只是默默地听对方讲，一个问题都没有提，对方就会认为你对他/她没有太大的兴趣，这样的印象会导致你们的关系很难发展到更深的阶段。

而对于汽车销售来说，此阶段有4项任务要完成：①向客户展示产品的配置和优势，以及产品能带给客户的具体利益；②随时确认客户对产品特性的偏好程度；③深度了解客户购买产品的动机，也就是需求分析的高级阶段，了解客户的隐性需求；④与客户互动，以建立起值得信赖的专业顾问形象。

### ▶ 尝试相处阶段，类似于汽车销售的试乘试驾阶段 ▶▶▶▶▶

在恋爱中，男女双方经过前面几个阶段的接触和交往之后，一般来说已经有了一定的信任基础，此时彼此内心里有一种跃跃欲试的冲动，但还是有一些顾虑，毕竟两个人没有真正在一起长时间相处过。

为了进一步模拟建立长期稳定关系后的生活，这时候有3项任务：①两个人会尝试着去完成一件需要长时间的坚持才能共同完成的事情，比如策划一次外出旅游；②会尝试着长时间在一块相处；③开始积极地接触对方的周边关系，如互相拜见对方的父母和家庭成员，参与对方朋友举行的活动。

经过这个阶段的相处，如果发现与对方能合得来，就有可能进入谈婚论嫁的阶段，要是相处不来，就有可能分道扬镳。

对于汽车销售来说，这一阶段要做的事情就非常多了，概括起来可以总结为5个方面：①邀请客户参与试乘试驾；②做好试乘试驾的问题预防；③陪同客户一起试乘试驾；④巧妙回应客户提出的异议；⑤唤醒客户对产品的满意度并适时促单。

### ▶ 谈婚论嫁阶段，类似于汽车销售的成交洽谈阶段 ▶▶▶▶▶

恋爱的最终归宿应该是婚姻，在走进婚姻殿堂之前，肯定需要做一番谈



婚论嫁。嫁一个人或者娶一个人，关系到的不仅仅是双方两人，还有双方的整个家庭和亲戚朋友以及这些角色之间建立起来的关系。

对于恋爱来说，这个阶段要做的主要事情一般有4件：①讨论结婚聘礼与嫁妆问题；②具体订婚领证时间；③财产添置问题，如房子或者车子的购置；④婚后生活方式的选择问题。这时候是最需要坦诚交流的阶段，也是最容易产生矛盾的时候，很多男女进入到这个阶段之后，往往因为一两个问题谈不拢而闹僵，甚至就此分道扬镳。

汽车销售也是如此，客户购买的不仅仅是产品本身，还包括产品周边的附带产品，比如装饰品、汽车保险、后续服务承诺等，这时候必须讨价还价一番。这个阶段，汽车销售顾问主要有4项任务：①准确识别客户成交信号；②巧妙探询客户的成交意愿，进而促单；③确立建议购买方案；④以双赢的方式达成一个双方都能接受的交易条件。

### ▼ 结婚领证阶段，类似于汽车销售中的签订购车合同阶段

恋爱谈到这个阶段的男女都基本上认准对方了。对男方来讲，往往会有一种如释重负的感觉，暗自高兴。而女方的心里可能会想，从此以后我要成为他的妻子了，要为自己的小家庭着想了，他会不会还像谈恋爱时那样心疼我，在乎我，围着我转呢？心里多少会有些忐忑。

这时候恋爱双方需要做4件事情：①充分体谅对方的内心想法，给予对方体贴式的心理满足；②消除对方内心的不安，比如向对方重申之前的承诺，也可以增加新的承诺；③商量领证之后举办婚宴的事宜；④再一次认真地和对方一起规划婚后的生活，描绘一幅令人憧憬的幸福生活的画面，以坚定对方的信心。

在汽车销售中，销售顾问一旦和客户签订了购车合同，收取定金之后就恨不得马上庆祝自己的成功，而客人却刚好相反。客人心里会想，车子定下来了，他们还会像以前那样为我提供热情的服务吗？他们承诺的交车期能如期兑现吗？他们会不会交给我一辆存放了很久的库存车？总之，客户心里是顾虑重重的。

这时候的汽车销售顾问要做的主要工作有5项：①保持一贯的热情态度向客户提供服务；②赞扬客户作出了明智的选择；③向客户描绘美好的有