

遵循消费购买规律 同步客户心路历程 13步引爆完美销售力

一本书读懂 销售流程

李 想 / 著

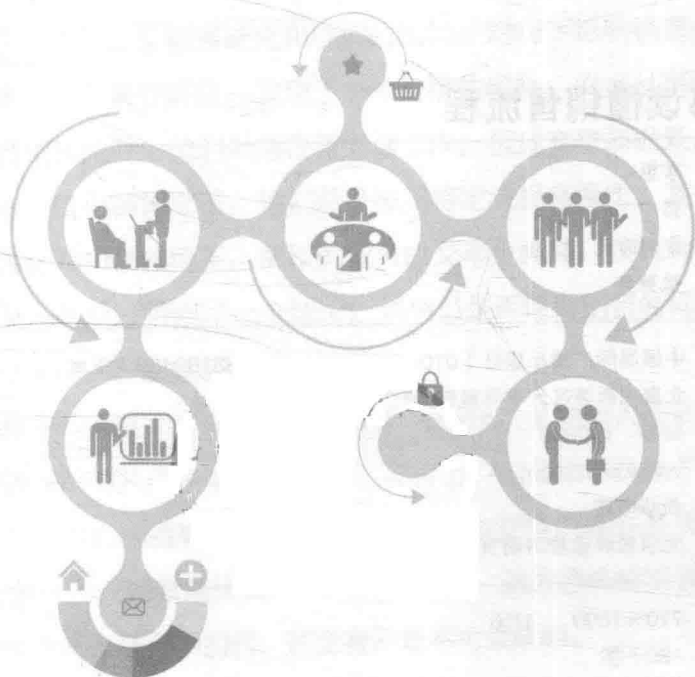


在销售的过程中，
每一个步骤都是环环相扣、不可或缺的，
能否做到有次序地安排和布置并照此执行，
直接决定了销售的成败。

中国国际广播出版社

一本书读懂 销售流程

李 想 / 著



中国国际广播出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

一本书读懂销售流程 / 李想著. — 北京 :

中国国际广播出版社, 2017.6

ISBN 978-7-5078-4016-2

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第080970号

一本书读懂销售流程

著 者 李想

责任编辑 郭广

版式设计 华阅时代

责任校对 徐秀英

出版发行 中国国际广播出版社 [010-83139469 010-83139489 (传真)]

社 址 北京市西城区天宁寺前街2号北院A座一层

邮编: 100055

网 址 www.chirp.com.cn

经 销 新华书店

印 刷 北京毅峰迅捷印刷有限公司

开 本 710×1000 1/16

字 数 180千字

印 张 13.75

版 次 2017年7月 北京第一版

印 次 2017年7月 第一次印刷

定 价 39.80元

CRI

中国国际广播出版社

欢迎关注本社新浪官方微博

官方网站 www.chirp.cn

版权所有
盗版必究

前 言

有一家专门从事销售研究和培训的机构，对时下影响销售员业绩的各项因素进行了调查研究，发现了一个奇怪的现象：许多从事销售的人并不懂得销售流程，他们虽然很努力地工作，但成交率却极低；反之，极少一部分懂得销售流程，他们总是按照特定流程来操作，其中很多人已经成为公司的销售精英，所谈的业务成交率也极高。该机构在经过进一步研究分析后，得出了一个结论：销售员是否懂得销售流程以及按照流程开展工作，直接决定了销售的成败。

销售流程是整个企业流程的重要组成部分，是销售人员针对销售机会进行销售活动并产生结果的过程。实质上，也是销售员在开展销售工作时对所要做的一些事情进行有次序的布置和安排，即在开展销售工作时，先做什么，接着做什么……最后做什么，这就意味着销售过程中的每一个步骤都是环环相扣的，甚至有的是不可或缺的。

销售流程中的这种有次序的布置和安排，是建立在人们从接触、认知到最后促成消费这一规律基础上的，也是人们从开始的拒绝到发生购买必须经历的心理过程。如果把一次销售看做是组装一台机器，那么，流程就是组装每一个零件所必须遵循的步骤和程序。否则，难以真正地

将机器组装好的。

销售流程，不仅使销售员在开展工作时知道自己应该做什么，同时还知道哪些应先做，哪些应后做。有了销售流程，销售员就可以有条不紊地开展工作，最终实现销售目标和创造最佳销售业绩。现实中，一些销售员做不好销售，不是他们不努力，也不是他们口才不好，更不是缺乏应有的销售技巧，而是因为忽略了流程，忽略了必要的销售步骤，没能按照固有的规律开展工作罢了！

《一本书读懂销售流程》帮助销售员了解销售过程中不可逾越的销售流程和销售步骤。与其他同类型书籍相比，本书规避了有关销售学中晦涩难懂的专业术语，采用的是通俗易懂的语言，而且结构整齐，逻辑严谨，将整个销售过程分为13个步骤，包括分析、目标和计划等等。每一步骤，笔者对其必要性和具体操作要求进行了系统的分析，并把自己从事销售工作几十年的成功经验进行了一次系统的总结和分享。

笔者

2017年5月于北京

一、分析

分析是做好销售工作的第一步，同时是有效开展销售工作的基础。

分析是做好销售的第一步 _ 002

分析能力 = 解决问题能力 _ 004

分析什么以及如何分析 _ 005

分析的原则：客观、公平 _ 009

【超导链接】决定销售业绩的 3 因素 _ 012

二、目标

目标是方向、指引，设定合理的目标，不仅可以让销售员避免外界不良因素的影响，还对销售员有鞭策、激励的作用。

目标不是做给别人看的 _ 017

个人目标与团队整体目标 _ 018

长期目标 Vs 短期目标 _ 020

最重要的是目标要明确 _ 022

把目标提高一点难度的理由 _ 024

设定自我奖惩标准 _ 026

【超导链接】销售员必须知道的客户 4 方面信息 _ 027

三、计划

销售员在做好工作计划后，按着计划开展工作，可有效避免盲乱的状态，在提升工作效率的同时，有条不紊地把目标变成现实。

目标需要周密的计划来实现 _ 031

制订计划必遵循的两大原则 _ 034

分清主次方能提高工作效率 _ 036

留有余地 _ 037

工作时间表的妙用 _ 038

【超导链接】销售员必须知道的 7 大电话销售禁忌 _ 040

四、准备

销售员的准备工作做得越充分，其底气就越足。

准备越充分越易成功 _ 045

为什么会忽略准备工作 _ 046

到底要准备些什么 _ 048

预演——避免准备工作疏忽的最好方法 _ 050

准备工作从小事做起 _ 051

【超导链接】必须要考虑到打电话时的环境 _ 052

五、邀约

邀约的成败，直接决定了销售的成败。

找准约见的目标客户 _ 055

如何面对常见的客户拒绝 _ 057

精心策划一场“偶遇” _ 059

巧借第三方的力量 _ 061

有时需要的是份坚持 _ 064

【超导链接】打电话时的沟通 5 大要诀 _ 067

六、场景

销售员与客户见面详谈，应尽可能地选择环境适宜的地点，并营造利于交流沟通的氛围，去感染、影响客户。

见面地点的选择 _ 071

开场白——说好见面的第一句话 _ 073

打开话匣子的钥匙 _ 076

携尊重和理解前往 _ 079

微笑的力量 _ 081

有兴趣才有话题 _ 083

真诚赢得一切 _ 085

【超导链接】最有效的 5 种预约方式 _ 086

七、推崇

推崇在销售过程中有着至关重要的作用，它是在客户心目中建立信任，乃至于信赖的基础。

销售推崇的根本——价值塑造 _ 092

在推崇时推崇什么 _ 093

推崇的技巧——讲故事 _ 095

语言的感染力 _ 097

借用他人言语的效果 _ 099

推崇时的禁忌 _ 101

【超导链接】有效的提问方式和技巧 _ 103

八、共鸣

只有在客户认可，接受了销售员本人的基础上，销售员才能有机会推销产品服务。

引起共鸣的首要条件 _ 108

让客户多说 _ 109

提问的艺术 _ 112

情感同步 _ 116

絮叨的反作用力 _ 119

【超导链接】接近客户的 8 种方法 _ 122

九、切入

在什么时候切入,采取何种方式切入,直接关系到接下来销售工作的开展。

客户为什么会有敌意 _ 126

情绪与语言 _ 129

敢于开口比什么都重要 _ 131

懂得看人脸色 _ 133

从表情的变化选择切入时机 _ 137

等,永远无机会 _ 140

几种行之有效的切入方法 _ 142

【超导链接】常见 10 种类型客户购买欲望刺激法 _ 144

十、交易

交易是整个销售过程中最关键环节也是变数最多的环节。

客户拒绝是很正常的事 _ 149

给客户一个购买的理由 _ 152

客户的辩驳、防卫真意 _ 155

有选择才有交易 _ 158

得到多一点的心理 _ 161

认同决定成交 _ 163

促成交易的几种技巧 _ 166

【超导链接】客户购买信号的识别 _ 174

十一、感谢

人品即销售力，无论最终是否达成成交，销售员都要保持应有的礼仪和风度，对客户表示感谢以及打搅之类的语言。

为什么要表示感谢 _ 178

最有效的感谢——言之有物 _ 179

感谢语言中赞美的度 _ 181

【超导链接】价格异议处理的 8 种方法 _ 184

十二、回访

定期回访，帮助客户解决实际使用中的问题，不仅能更进一步地维护客户间的关系，培养客户的忠诚度，还可以收集到第一手资料信息。

销售的真正竞争力 _ 188

落实到实处才会有效果 _ 190

给客户一个发泄情绪的机会 _ 191

消除抱怨的步骤 _ 194

【超导链接】回访客户的5大事项 _ 196

十三、再交易

我们销售员的成长与成功，都无法离开老客户的支持——再交易或者是转介绍。

整理、管理名片的功课 _ 199

分享的巨大作用 _ 201

联络无假期 _ 204

保持客户角度 _ 205

【超导链接】客户管理的 3 大内容 _ 206

一、分析

分析是做好销售工作的第一步，同样也是有效开展销售工作的基础。因为，只有对行业、企业、产品服务等多方面进行分析后，销售员才能清楚地知道销售什么；向谁销售；如何销售，并在此基础上定目标、做计划，一步步地实现自我的销售目的。

怎样才能取得优异的业绩呢？大多数销售员可能会认为要勤奋、努力，要取得比他人更好的业绩，就应当比他人更为努力。我丝毫不否认：做好销售就应当勤奋、努力；从我个人的感觉而言，从事销售的人也是这个世界上最为勤奋而努力的人。

勤奋、努力就能取得好业绩吗？为什么总是会出现这样的情况：有的销售员每天披星戴月地奔波却拿不下几份订单；有的销售员没费什么力气，只是打几个电话，发几条微信，出去跟几个客户见见面，就达成了交易。

做好销售需要勤奋，需要努力，但仅凭这些是难以真正把销售做好的。我刚做销售工作之时，跟很多人一样，认为只要自己肯干、努

力，就一定能把工作做好。事实上，我那段时间十分努力，同事还没上班，我就已经开始了工作；同事一天拜访三到五位客户，我则是六位、十位，甚至更多。在那段时间，我几乎是每天顶着星星离开家门，披着夜色回家。然而，我的这份努力并没有获得好的回报，那个 month 只做成一笔业务，而且，还是我原来的一位同事，在看到我整日忙碌，没有做出任何成绩而给予的善意帮助。

这是我从事销售业所做成的第一笔业务，是不是很悲催呢？说真的，我一时无从承受这样的打击，甚至怀疑自己是否适合做销售。所幸的是，我并不是一个轻言放弃的人。在消沉了短短时间后，我便调整好状态，一边投入到紧张而繁忙的工作中；一边学习，寻找突破的方法。慢慢地，我对销售有了一个重新的认识，并且知道了如何去做好销售的根本。

你是不是跟当时的我一样：认为只需要勤奋，努力就能取得好的业绩，而对于努力拼搏之后的结果感到迷茫呢？在这儿，我就把我的一些经验分享给你，希望能对你有所帮助。

分析是做好销售的第一步

在我从事销售工作以及日常生活中，遇到过不少的销售员，他们的年龄、性别，虽不尽相同，但有着一个共同的特点，就是充满了激情，有极强的语言表现欲，会跟你说很多，甚至是不管你愿不愿意听、他们都是如此。没错，销售需要交流、沟通，需要将所销售的产品和服务等相关的信息传递给目标对象，但我们是否想过，对方是否会对我们所说的感兴趣，是否对我们的产品和服务有需求呢？遗憾的是，很少有销售人员会去这么想，更别说会这么做了。大多数情况下，他们只会空洞地对自己所遇到的每一位客户，如复读机般地重复

着相同的内容，如我们的产品、服务好，接着像背说明书一样介绍有关的性能和数据。

我们所面临的消费者不同、思维不同、需求不同，像这样程序化的销售方式能真正地打动消费者吗？事实上，你采取这种方式，还不如给他们一份说明书，说明书恐怕都比你说得清楚。

有一次，我跟家人去附近的大型家电市场。我们乘坐电梯刚进大型液晶电视的展厅，一位20多岁的女工作人员就带着满面热情迎了过来。她询问我们是否要买液晶电视，并积极地向我们推荐。当我们在询问相关的信息时，她的回答很有点意思，几乎我们询问的都是最好的，最适合我们的，至于这些产品有关的性能和特点。她就如同背书般给了我们一系列专业的数据和术语。她跟我说的就是一个字“好”。怎么好、好在哪儿……抱歉！我真的没有听到。毫无疑问，我没有购买她推荐的任何一种产品。

无论我们销售的是哪一种产品或服务，要想促成成交，就必须给予对方理由，真正能打动他们的理由。而我们更需要知道一点，消费者与消费者是不同的，他们的思维不同，需求不同……这就导致了，我们在向其传递信息之时，采取的方式和重点不同。例如，对普通的工薪阶层，强调的应该是经济适用；对年轻人，则应是时尚、个性。而我们要做到这一点，就应当在开始准备销售之前对消费者进行相关的分析。你千万不要小看这一分析过程，更不要认为这是在浪费时间。因为，只有这样我们才能真正地把握住消费者的真正需求，才能给予消费者一个购买的理由。

分析能力=解决问题能力

兵圣孙子曾说“知己知彼，百战不殆”，其《孙子兵法》中更是说到一场战争能否取得胜利，跟“庙算”的多寡有关，多算则胜，寡算则败。而“庙算”，其实就是分析。实质上，不仅战争需要分析，做任何事情都需要分析，销售更是如此。不少销售员工作虽然很勤奋、努力，但业绩难以提升，就是缺少或者没有做好分析这一步骤。在我看来，分析工作的好坏直接决定了所能取得的销售业绩的高低，更是做好业绩的第一步。

在电脑还未普及之前，我的一位朋友买了一台电脑。一天，他在使用的时候，突然间自动重启。当时，他因为有别的事要处理，急着外去，在关掉机后就走了。然而，当他回来再次使用电脑的时候，机器就像是中了病毒，不断重启。

他把电脑拿到附近的维修点。没想到检测出来的结果是没有任何问题。他不相信这一结果，要求维修员再检查，仔细点。结果还是没有任何问题。我的这位朋友感到无法理解，只得把电脑带回家。

回到家，他打开电脑确实没有问题，但片刻后问题又出现了。

“绝对是哪儿坏了，你帮着仔细检查检查。”他十分肯定地说。可是，维修员还是没有检查出任何问题。

整整一天，他就这样在家与维修点间来回奔跑。最后，维修员都感到不解了，觉得自己可能是遇上了有史以来最不可思议的电脑问题。可是，谁都想不到的是，那个难题被我那位朋友上中学的儿子只是换了一个插座就轻松解决了，引起电脑不断重启的原因，就是插座松了。

遇到问题，我们不能快速而顺利地解决，很大一部分原因就在于

没有分析。就像上面所说的那件事，如果我的那位朋友能稍微冷静下来，想想看看，对所出现的问题分析分析，恐怕就用不着那样折腾了；那位电脑维修员，如果能询问清楚电脑出现的问题症状，同样也可以轻松地解决问题。

要想解决问题，就必须学会分析。分析能力=解决问题的能力。我在销售的实际过程中慢慢地体会到了这一点，也是我认为做好销售工作的基础。我不否认我的朋友以及那位电脑维修员，他们对电脑不断出现重启的问题做过简单的分析，但令人遗憾的是，他们只是关注问题的本身。说得简单一些，就是他们只是注重所呈现出来的问题表象，而忽略了这一问题的出现可能是由很多的原因所引起的。他们的思维被所出现的问题表象所束缚，被固定在一个有限的圈子内，能快速、有效地解决问题吗？

我们不少销售员虽然也做过相关的分析工作，却未能促使自我的销售业绩提升，其原因也就是在于此——看到的只是所遇到的问题，因其眼界局限了其思维，进而难以取得更好、更为优异的销售业绩。

分析什么以及如何分析

我们应该分析什么又如何分析，才能有助于我们做好销售，并取得好的销售业绩呢？

1.看行业

就是看看选择的行业是不是符合社会发展大趋势，是否具有发展前景的趋势性产业。对销售员来说，其选择的行业对他的业绩起着决定性的作用。如果把他所在的行业比作是一条船的，他就是这条船上的船员。不管他如何的尽力尽责，其能力如何卓越，但是那是条千疮