

销售

背后的

朋友圈秘密



财富并非是永久的朋友，朋友却是永久的财富

钱行◎编著

朋友圈越充实，销售越好做
朋友交成了，生意大多也成了

销售人员要想让自己更好地立足在销售界，就需要努力营造自己的人脉网。



销售



背后的

朋友圈秘密

钱行◎编著

图书在版编目 (CIP) 数据

销售背后的朋友圈秘密 / 钱行编著. — 北京: 中国电影出版社, 2017.3

ISBN 978-7-106-04669-9

I . ①销… II . ①钱… III . ①销售—经验 IV .
① F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 042848 号

责任编辑: 纵华跃

封面设计: 荆棘设计

版式设计: 范磊

责任校对: 蔡践

责任印制: 庞敬峰

销售背后的朋友圈秘密

钱行 编著

出版发行: 中国电影出版社 (北京北三环东路 22 号) 邮编 100013

电话: 64296664 (总编室) 64216278 (发行部)

E-mail: cfpymb@126.com

经 销: 新华书店

印 刷: 三河市祥达印刷包装有限公司

版 次: 2017 年 6 月第 1 版 2017 年 6 月北京第 1 次印刷

规 格: 开本 / 710 × 1000 毫米 1/16

印张 / 17 字数 / 200 千字

书 号: ISBN 978-7-106-04669-9 / F · 0033

定 价: 36.80 元



前言

PREFACE

人们常说：“朋友圈越充实，销售越好做。”在销售中积累人脉，就是交朋友的过程。朋友交成了，订单多半也就成了。

正如俗语所讲：“一个篱笆三个桩，一个好汉三个帮。”对于销售人员来说，建立自己的人脉网就显得尤为重要。不要小看人脉，它对于销售人员来说就意味着一笔巨大的宝藏，能够帮助其更快地到达成功的彼岸。有关调查表明：一个富人，靠自己知识赚到的钱不过是其所有财富的15%，而依靠人脉赚到的钱却占其全部财富的85%。所以，销售人员要想成功，关键在于其人脉是否广泛，人脉越广，就意味着销售人员的销售业绩越高。

对于从事销售行业的人来说，如果不能建立一个属于自己的良好人脉，哪怕个人能力再突出，也会常常受限。尤其到了今天，在销售界中，一个人的关系几乎能决定其往后走多远或飞多高。好似自然法则中的优胜劣汰规律一般，人际关系差的销售人员就会被踢出局。所以，销售人员要想让自己更好地在销售界立足，就需要努力营造自己的人脉网。

说到这里，销售人员究竟该怎么样创建自己的人脉圈呢？翻开本书，你的困惑或迷茫都会化为乌有。里面有成功人士的销售经验、指导大家如何正确地拓展自己的人际关系以及与客户如何保持长远的联系等实用内容，相信对做销售的人来说一定能够受益匪浅。



本书内容丰富，语言生动通俗，辅以经典案例，为读者展示了一幅生动的销售画卷。阅读本书不但可以让你学会如何扩大个人的影响力，如何在客户中建立良好的口碑，还可以让你学会如何通过客户帮助你完成销售等一系列的技巧。

希望每一个追求卓越业绩的销售人员，都要把广积人脉的思想深植心中，时刻不忘“先交朋友，后做销售”的理念，为销售事业点燃一盏明灯，照亮我们的销售之路。



目录

CONTENTS

第一章 寻“圈”——选对“圈子”，择木而栖

- 人情路通，人生路通 / 2
- “朋友圈”是你的无形资产 / 4
- 整合自己的人脉圈 / 7
- 成就什么事业，就要入什么圈 / 9
- 择木而栖，选对自己的“圈子” / 12
- 取长补短，结交“实力人物” / 14
- 结交圈子中对自己有帮助的人 / 17

第二章 建“圈”——先交朋友，再做销售

- 销售全靠“朋友圈” / 22
- 先做朋友，再谈销售 / 25
- 朋友、生意两不误 / 28
- 与客户建立深厚的友谊 / 30
- 像尊重朋友一样尊重客户 / 33



如何与高端富豪客户做朋友 / 37

被动，你注定做客户的“小三” / 40

第三章 扩“圈”——一个客户，一个江湖

时刻为朋友圈注入新元素 / 46

人脉库：拓展人脉的最佳途径 / 48

公益活动中收获人脉 / 51

从数据库中唤醒休眠客户 / 53

利用饭局扩大你的朋友圈 / 57

旅途邂逅，陌生人成为新客户 / 59

到有对手的地方抢人脉 / 64

线上扩“圈”，线下固“圈” / 67

办一场高大上的客户沙龙 / 69

第四章 织“圈”——关系稳了，订单成了

与客户建立情感联系 / 76

编织好你的客户关系网 / 78

忠诚度：永久的关系就是永久的生意 / 82

做好联系记录，记住潜在客户的“关键词” / 85

与客户一起把蛋糕做大 / 88

与客户共享一些小秘密 / 91

记住客户的名字，让客户倍感亲切 / 93

以热情带动客户的热情 / 95



第五章 进“圈”——要销产品，先售人品

- 先销售自己，再销售产品 / 100
- 对客户坦率地说出“缺点” / 102
- 形象就是销售人员的名片 / 105
- 做一个有责任心的销售人员 / 108
- 勇敢承认“这是我的错” / 111
- 赢得了客户的信任，再销售产品 / 114

第六章 暖“圈”——成功推销，情感先导

- 感情用到位，让客户也动情 / 118
- 拿出让客户感动的关怀 / 121
- 有爱心，你才能感动“上帝” / 124
- 顾客的兴趣爱好要牢记 / 126
- 多留意顾客的生活细节 / 128
- 为客户着想，客户才能记着你 / 132
- 换位思考，表达善意 / 134
- 对客户好一点，再好一点 / 137

第七章 优“圈”——优化圈子，锁定票子

- “圈子好”不代表业绩好 / 142



整理客户圈，把潜在客户分等级 / 145

清除“无价值”客户 / 149

找准目标客户，你会事半功倍 / 152

优化圈子，转化“问题客户” / 155

第八章 用“圈”——能者“销”，庸者“售”

要想钓住鱼，就要像鱼那样思考 / 160

把东西卖给“总统”不是不可能 / 162

“亲友圈”营销，没有不好意思 / 164

让圈中好面子的客户乖乖购买 / 166

对没主见的人，不妨用用激将法 / 169

巧用让老客户“拉”新客户的技巧 / 171

把产品卖给客户身边的人 / 174

借用第三方的影响力 / 176

第九章 借“圈”——背靠大树，借风乘凉

销售秘诀——寻“贵人” / 180

借助“贵人”是高明的销售之道 / 183

寻找可以借助的“巨人”之肩 / 186

抓住一切可以培养自己人脉的机会 / 189

巧用名人效应 / 191

“小区大妈”也可助力销售 / 194

“攀高枝”你必须选对人 / 196



第十章 护“圈”——精心养护，积蓄人情

做销售必须要维护的几个“圈子” / 200

客户圈要懂得“保鲜” / 202

经常联络，与客户建立真诚的友谊 / 204

向客户送“礼” / 207

登门拜访客户 / 210

不要忽略适时的电话回访 / 213

第十一章 控“圈”——人情做透，任我所用

存储“客情”，有用的时候拿出来 / 218

“情分”到了，销售就好办了 / 220

把人情作为销售的筹码 / 222

让每一个客户都感到“人情味” / 225

凡事和为首，人脉牵着走 / 228

“雪中送炭”温暖客户心 / 230

让客户欠你的“人情债” / 234

第十二章 修“圈”——稳住客户，另辟销路

客户流失，学会挽留 / 238

巧妙地应对客户的投诉 / 242



别让你的老客户“变心” / 246

通过闲谈，稳定客户情绪 / 251

柔性化解与客户分歧 / 253

化解顾客的敌意于无形 / 255

多露笑脸儿，好客户自然有 / 258

第一章

寻“圈”——选对“圈子”， 择木而栖



常言说“一个好汉三个帮，一个篱笆三个桩”。要想做成大事，必定要有做成大事的人脉网络和人脉支持系统。所以，做销售首先要交对朋友，选对朋友圈。



人情路通，人生路通

有人说：“走好人情路，可以为你带来巨大的财富。”如果一个人能建立属于自己的人脉圈，与人相处时懂得为他人着想，尤其帮助他人做一些力所能及的事情，让别人欠下自己的人情，那么，这个人的人生道路就会减少很多不必要的曲折，甚至畅通无阻。所谓“人情路通，人生路通”就是这个道理。尤其对于销售人员来说，如果能走好“人情路”，那么，何愁销售业绩不上升？



销售小插曲

商业活动中，人情关系的重要性绝不低于经济关系，销售也不外乎于此。对于自己合作的客户，不仅要有利益上的往来，最好也要建立“人情关系”，如若能正确处理这两者，那你的销售之路就会越走越宽，财路也会越来越广。

胡雪岩之所以能够成为大清首富，成为中国历史上第一个与外国银行开展业务往来的人，与他懂得积累“人情账”是分不开的。胡雪岩幼时家贫，帮别人放牛为生；稍微长大一些后，便在一家钱庄做点杂活，后因勤快能干而被提拔为跑街。

闲暇时候，他经常去附近的茶馆坐坐。在这茶馆里，胡雪岩认识了一个年龄和自己相仿、衣衫褴褛的年轻人。经了解得知，这位年轻人出身官宦之家，祖上曾做过不小的官职，只是到了父辈这里，官运不济，屡试不



中。为了维系祖上这点荣耀，年轻人的父亲变卖了家产，筹了点银子，为儿子捐了官——盐大使。但是捐的官职只是虚衔，要想转为实职，还需要花费一笔银子。当时，年轻人的父亲已经没有什么能够变卖的了。无奈之下，父子二人只好一路向北，希望能够利用点关系来补个实缺。只是一路走到这里，盘缠已经所剩无几，无力前行了。

听此，胡雪岩料定这位年轻人非等闲之辈，便想着一定要帮他渡过困境。于是，他想方设法地从钱庄借了500两银子交给了年轻人。后来，年轻人做了官发了迹，心中感念胡雪岩的“人情”，便资助胡雪岩开了一家钱庄。这个年轻人就是王有龄。王有龄的官职越做越大，胡雪岩也受益颇多，商路越走越顺。

再后来，胡雪岩还开设了药铺，就是胡庆余堂。开药铺也不忘撒人情，经常做一些免费赠药的事情，使他博得了一个人情美名。由此，越来越多的人都喜欢从他那里购药，还帮他免费宣传，生意自然也是越来越红火，在全国各地都享有很好的名声。

胡雪岩之所以能够取得成功，最大的原因就在于他善于经营“人情买卖”，在经营活动中做足人情，这是他生意能够做大的主要原因之一。“上半夜想想别人，下半夜想想自己”，这是胡雪岩经常说的一句话。其实，不管是做钱庄生意，卖药材，还是销售其他的东西，如若懂得“人情经营”，那他绝对是销售高手中的高手。归结而言，销售活动能够成功的因素无外乎两种：人情+利益驱动。做透了人情，销售之路越来越广。



朋友圈的秘密

处世之道也是为人之道，平时多长一点乐善好施、成人之美的心思，才能为自己多储存一些人情的债权。这就如同一个人防不测，须养成“储蓄”的好习惯，这甚至会让各位的子孙后代得到好处，正所谓“前世修来的福分”。

俗话说：相逢何必曾相识。如果我们留心一下现代人的生活，就会发现，他们每日接触最多的人大概不是熟人，而是萍水相逢的生人。这种现象奇怪吗？在人员高度流动的社会中这一点也不奇怪。每一个人都有一个或若干个比较稳定、熟悉的社会关系圈。如果他不流动，便只能与这个关系圈中的人重复交往。一旦他向别处流动，接触到的必然是一张张陌生的面孔。不管个人的愿望如何，只要在现代社会中生活，就无法摆脱由陌生人或路人所交织而成的那张松散的人情关系网。

“朋友圈”是你的无形资产

这里所说的“朋友圈”，并非单纯指微信上的朋友圈，而是指一个人创建的人脉关系。例如你接触或熟悉的亲人、同学、朋友、客户以及陌生人等，他们都属于你“朋友圈”的重要组成部分。

在现实社会中，人们一定不可忽视对“朋友圈”的经营，人脉资源尽管在表面上看起来与实际利益无关，可是，它的确是一种无形的资产，拥有了庞大的人脉，就表明你拥有了一座无形的“宝山”。



销售小插曲

在台湾某著名企业工作的张先生在1997年之际被派往北京分公司工作，当张先生在北京分公司工作了两年时间后，因为一些原因准备辞职。而张先生在辞职后，他只是向总公司提出“允许我带走自己在本公司工作的时候使用的电话号码”这一请求。

据张先生在北京的朋友说，张先生在北京两年的工作时间内，人脉资源是他唯一的隐形资产。他之所以想要带走自己工作时的电话号码，就是因为担心自己一旦换了号，就失去了自己两年来经常联络的朋友及客户。从而，他也失去了自己好不容易经营的人脉资源。

当中国进入20世纪90年代的时候，大陆地区开始大量对外招商引资，其中苏州与昆山地区更是招商热点地区，大量的台湾商人都携带资金入驻那里。张先生在北京工作的那段时间内，他利用自己与台商的亲近关系为地方政府招商引资，从而使自己的人脉资源进一步得到扩张。

张先生从原有的单位辞职之后不久，就担任了“苏州工业园区”高级顾问这一职位，据说当时他的月薪高达2万元人民币，可是，他还有更大的野心没有实现。张先生担任的高级顾问一职，主要负责联络那些对在大陆投资感兴趣的台湾商人，为他们引荐合适的投资项目，进而说服台湾商人在苏州工业园区建厂，最后为台湾商人争取更多适合他们发展的有利条件。想要做好这份工作，他就需要更多的人脉资源。

关于这点，张先生在自己刚来北京的第一年就开始着手准备了。当时，他就在人才荟萃的清华大学报名攻读MBA，在那期间，他得以与许多企业负责人或政府骨干交朋友。除此之外，张先生是中国台湾本土人，他那一口纯正的台湾话帮了他许多忙。当张先生与台湾商人聚到一起的时候，大家通过讲台湾话拉近彼此距离，所以，这也有助于他与台湾商人谈生意。

就这样，张先生竟然在商业圈中慢慢变成了大有名气的人物，常常会



有刚到大陆投资的台湾商人慕名找上他的家门。张先生自然也十分乐意花费时间与金钱尽可能多地帮助这些人，反正这些人迟早都会成为他人际圈中的一员。张先生就是因为拥有比一般人更多的人脉资源，才能为苏州工业园区连续引进好几个大项目的投资，没过多久，其他开发区的负责人也请他担任顾问一职。到了后来，张先生名片上每增加一个顾问头衔，他的收入便会翻一倍。

从这个案例中可以看出，张先生就是因为积累了人脉，才成就了自己的“财脉”。因此，可以得出这么一个结论：一个善于经营人脉的人，一定会经营更多的财富。

朋友圈的秘密

如果把个人能力这个基础比作齿轮的话，那么你的人缘或人脉则好比润滑剂。没有它，齿轮就会被卡住，难以转动，你的能力也就难以发挥。如果润滑剂良好，齿轮就可以正常运转，这样，在社会各行各业都有亲密的朋友，你自然就能无往而不利。原因何在？创建有效的、丰富的人脉关系就是不二法门。所以，对于销售人员来说，很多时候人缘好甚至比能力强更有用。

虽然说人脉这种无形的资产比不上看得见的金钱更能诱人，可是，如果你的人脉关系过于狭窄，那么，你将在社会上处处受限，甚至寸步难行。所以，销售人员为了使自己的销售额有所增长，就需要拓展自己的人脉资源，竭力与你的潜在客户建立更为深厚的友谊。