

把货卖出去， 把钱拿回来

销售就这么简单

徐良柱◎编著



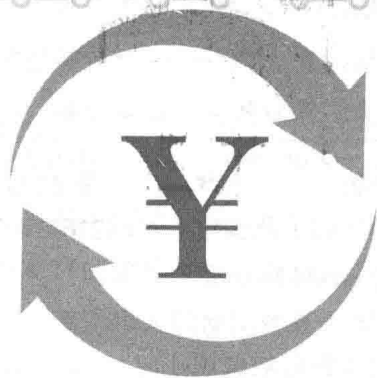
掌握相关的销售策略，磨炼出色的销售技能

卓越销售的14堂必修课
必须掌握的79个销售技巧与策略

把货卖出去， 把钱拿回来

销售就这么简单

徐良柱◎编著



中国电影出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

把货卖出去, 把钱拿回来: 销售就这么简单 / 徐良柱编著. — 北京: 中国电影出版社, 2017.3

ISBN 978-7-106-04657-6

I . ①把… II . ①徐… III . ①销售—方法 IV .

① F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 031429 号

责任编辑: 纵华跃

封面设计: 元明设计

版式设计: 范磊

责任校对: 蔡践

责任印制: 庞敬峰

把货卖出去, 把钱拿回来:

销售就这么简单

徐良柱 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: cfpvgb@126.com

经 销: 新华书店

印 刷: 三河市兴国印务有限公司

版 次: 2017 年 5 月第 1 版 2017 年 5 月北京第 1 次印刷

规 格: 开本 / 710 × 1000 毫米 1/16

印张 / 18 字数 / 240 千字

书 号: ISBN 978-7-106-04657-6 / F · 0032

定 价: 36.80 元

前言

PREFACE

销售是一门技术，更是一门艺术；销售是一门报酬比较低的轻松工作，又是一项报酬比较高的艰苦工作；销售，小到一针一线，大到发展成跨国集团。销售并非人们心中想得那么艰难、卑微，也没有一般人想得那样轻松、玄妙。销售，是人们生存的一种方式，它可以让你一文不赚，也可以让你盆满钵满。

对于现今经济大发展的时代，销售成为当今物质消费社会的重心。就好比某位哲人说得那样：“每个人都因为向别人销售着什么而生活。”每个人都在从事销售，同时也是被销售的对象。政治家要销售自己的政见，企业家要销售自己的产品，科学家要销售发现的真理，发明家要销售自己的发明。我们随时随地都在进行着销售，销售我们的思想、产品、服务等。

有些时候，销售甚至超越了产品自身。即便一个产品的质量再好、对人们的益处再大，如果没有好的销售策略，产品也很难卖出去。比如，爱迪生虽然很有智慧，但却无法说服人们使用他新发明出来的电灯泡；聪明的莫尔斯发明了电报，但却无法说服人们相信电波的存在；缝纫机问世时，不仅没有得到世人的认可，反而落得个“粉身碎骨”的下场；世界第一列蒸汽机车出现时，不仅没有赢得世人的欢呼，反而得到了“怪兽”的称呼……如此种种，都是因为没有做好宣传、销售的结果。

对于市场销售来说，销售就是一项充满着挑战和机遇的工作。市场不相信眼泪，职场不同情弱者！销售人员要想从“销售海洋”中脱颖而出，就必须制定可靠的销售策略，深入了解顾客的内心需求，培养正确的销售



理念，掌握相关的销售策略，磨炼出色的销售技能，抓住每一次销售的机会，成就自己的销售梦想。如此，才能够成为一个优秀的销售人员，才能够“把货卖出去，把钱拿回来”。

没有销售不出去的产品，只有不懂得销售的人员。在市场竞争愈演愈烈的当下，怎样让顾客心甘情愿地购买你的产品，怎样让顾客成为你的忠实粉丝，怎样让顾客买了又买等，成为销售职业中的关键难题。也就是说，搞定了这些，也就等于搞定了销售。基于此，我们编撰了《把货卖出去，把钱拿回来——销售就这么简单》一书，全书分为14章，从销售员打造自我形象、找准顾客需求、说服顾客购买、聆听顾客内心想法、先交朋友再做销售、抓住成交关键点、利用人性弱点、巧对顾客拒绝、巧用销售策略、玩转谈判桌等方面入手，结合实际案例以及妙招指引版块，向销售人员讲述销售技巧与策略，分析顾客购买心理，剖析销售中有可能出现的难题，打造一条独属于销售人员的成功阶梯。

最后，愿每一位读到此书的朋友，都能够领悟到书中行之有效的方法，能够学习到销售的制胜诀窍，能够赢得顾客的信任，能够提高自己的销售业绩，能够“把货卖出去，把钱拿回来”，能够创造出一条属于自己的销售成功之路。

目 录

CONTENTS

| 第一章 | ---

推销产品前先推销自己，成功都是修炼出来的 \1

微笑是冬日的暖阳，融化人们内心的冰雪 / 2

你认为自己行，你就一定能行 / 5

产品需要包装才显好，人需要打扮才显帅 / 8

热情是一把火，可把顾客的心窝暖热 / 10

以失败为师，再艰苦也要坚持走下去 / 13

销售不要情绪化，忍让才能签下单 / 16

先做人后销售，真诚远重于技巧 / 18

测试：销售之前，先了解你是怎样的人 / 22

| 第二章 | ---

把梳子卖给和尚，贴对标签找对市场 \25

最特别的产品就是最好的产品 / 26

用新思路销售旧产品 / 28

客户需求是锁芯，找对钥匙开对门 / 31

根据顾客需求，提出最佳建议 / 34

激发顾客的购买欲望，“我们推销的就是他们需要的” / 36



客户关心什么，我们就卖什么 / 38

测试：你的销售方式是怎样的 / 41

| 第三章 |

话要说到点子上，话到了单就签了 \ 47

说好开场白，抓住顾客的注意力 / 48

选对池塘钓大鱼，问对问题赢订单 / 51

不做顾客的否定题，让对方做你的肯定题 / 54

挖出产品有趣的一面，做个会讲故事的销售员 / 56

适当运用幽默的语言，消除客户的防备情绪 / 59

说“人话”，用顾客听得懂的语言 / 62

网络销售有绝招，沟通技巧少不了 / 64

测试：你的沟通能力如何 / 68

| 第四章 |

做个“会听话”的销售员，倾听就是销售力 \ 71

交流不是独白，“耳才”重于“口才” / 72

倾听是对顾客最好的恭维 / 75

听出弦外之音，领悟话外之意 / 78

透过说话方式，听出顾客的“小心机” / 80

充当顾客的“树洞”，唠叨背后就有成功 / 83

测试：你的倾听能力如何 / 86

| 第五章 |

织一张人脉网，网一切销售“财” \ 91

有了销售人脉，就有了销售路子 / 92

沙粒虽小，但也有成为珍珠的可能 / 94

多说“我们”，打入顾客的“朋友圈” / 97

用最短的时间，和客户建立个人关系 / 99

对于顾客来说，他们的姓名是世间最美的音符 / 102

打一场漂亮的“情报战”，淘出潜在顾客 / 104

测试：你的人际交往能力如何 / 107

| 第六章 |

抓住成交关键点，临门一脚签下单 \ 111

借助顾客的“暗送秋波”，抓住成交信号 / 112

出现成交信号时，要果断出击 / 114

和有决策权的人沟通，成交的希望就大大提高 / 116

给顾客一个非买不可的理由 / 119

测试：你能够把握住成交机会吗 / 122

| 第七章 |

利用人性弱点，让顾客主动掏腰包 \ 125

大部分的顾客都喜欢“大家都买”的产品 / 126

名人口中一句话，胜过我们千万言 / 128

不要卖便宜，要让顾客占便宜 / 131

越买不到的东西，顾客越是想要买到它 / 134



巧妙利用顾客的逆反心理，你不卖他偏要买 / 136

戴上“权威”的高帽，让顾客自动购买你的产品 / 139

测试：你能够观察到别人的内心吗 / 142

| 第八章 |

找准顾客的“痒处”，巧妙应对顾客的拒绝 \ 145

不要因为害怕被拒绝，而变得卑躬屈膝 / 146

顾客有千万种托词拒绝，你也要有万千种方法成交 / 149

了解顾客拒绝原因，销售就要对症下药 / 152

巧妙讲述故事，扩大顾客不买产品的痛苦 / 155

怕丢面子，那你是入错行了 / 157

只要你不放弃，谁也拒绝不了你 / 160

测试：你的销售心态是否积极 / 163

| 第九章 |

没有卖不出去的货品，只有不对路的策略 \ 165

充分利用悬念式销售，吊足胃口好做生意 / 166

说一千道一万，不如亲身来体验 / 169

卖“有面子”的产品，更容易受顾客欢迎 / 171

巧妙道出“小秘密”，做个值得信任的“老实人” / 173

将金额总数分解成客户既得利益，淡化客户的敏感度 / 176

善于寻求良方，坏牌亦能成好牌 / 178

投其所好，让顾客“冷脸”变“笑脸” / 180

测试：在产品示范和讲解方面，你做得够好吗 / 183

| 第十章 |

谈判是一场高智商游戏，双赢是最好的结局 \ 185

谈判之前，一定要精心准备 / 186

自杀性让步，会让对方变本加厉地向你榨取 / 188

不要强迫对方改变立场，要争取用行动实现双赢 / 191

谈判要因人而异，不同策略应对不同性格 / 194

以退为进，让对方心甘情愿地接受你的要求 / 196

适当的时候给对方施点压 / 199

测试：你的应对能力和心理素质如何 / 202

| 第十一章 |

面对什么样的鱼，就撒什么样的饵 \ 205

练就火眼金睛，识别顾客类型 / 206

理智型顾客，最好的推销是产品本身 / 209

计较型顾客，实惠是硬道理 / 212

虚荣型的顾客，最好的推销是赞美 / 214

犹豫型的顾客，需要我们帮忙做选择 / 217

节俭型顾客，用数字打动他的心 / 219

测试：你是一个专业的销售员吗 / 222

| 第十二章 |

掌握电话销售技巧，提高产品成交率 \ 227

声音富有感染力，电话销售如虎添翼 / 228

重视每一通电话，每通电话都是有钱的电话 / 231

电话销售要分类，找准客户中的“红苹果” / 234



利用前 30 秒的时间，打动顾客 / 237

测试：你有做电话销售员的潜质吗 / 240

| 第十三章 |

未雨绸缪，销售之前要做好万全准备 \ 243

没有目标的利箭，难以射中靶心 / 244

制订销售计划，让工作事半功倍 / 246

了解你的产品，包括每一个细节 / 249

增强说服力有绝招，销售工具不可少 / 252

全面收集客户资料，提高销售胜算率 / 254

测试：你做好销售之前的准备工作了吗 / 257

| 第十四章 |

不做“一锤子买卖”，让老顾客成为你的“推销员” \ 259

每位老顾客都有一张藏宝图，全面挖掘才能“人”尽其用 / 260

积极对待顾客的负面反馈，做好售后工作 / 263

和老顾客常联系，“货出茶凉”的事情做不得 / 265

承诺不是签单的工具，做不到的事情不要轻易许诺 / 268

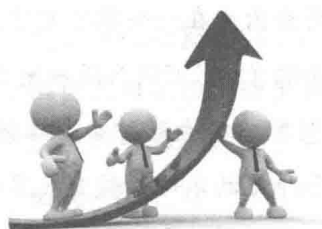
积极处理顾客退货问题，退货也可变成重新购买的商机 / 270

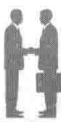
测试：售后服务，你做好了么 / 273

参考文献 / 275

第一章

推销产品前先推销自己，
成功都是修炼出来的





微笑是冬日的暖阳，融化人们内心的冰雪

如果说人生是一幅画，微笑就是画中最亮丽的色彩；人生是一杯酒，微笑就是空中飘散的醇香；人生是一首歌，微笑就是其中最动人的旋律；人生是一本书，微笑就是其中的点睛之笔。微笑是脸庞开出的花，给予人们美的享受；微笑是来自心灵的问候，给予人们内心温暖；微笑是一个美好的开端，给予人们成功的信念；微笑是最美的行为语言，最能够打动人心。

在我国，自古就有很多关于微笑的句子：非笑莫开店；面带三分笑，生意跑不掉。对于销售人员来说，微笑是冬日的暖阳，它能够穿透层层乌云，融化人们内心的冰雪，营造你和顾客交流的和谐氛围，让人不忍心拒绝你。当顾客前来消费时，我们的微笑会让他们感觉宾至如归；当顾客前来投诉时，我们的微笑能够打消他们的怒火；当你上门推销时，微笑能够拉近彼此的心理距离……对于顾客来说，你递给他一张微笑的名片，要比你穿什么衣服更加重要。

弗兰克·贝特格出生在一个贫苦家庭，父亲在他很小的时候就去世了，母亲为了养育五个孩子，只好没日没夜地帮别人缝洗衣服，赚得一点生活费。这样的环境给了贝特格很大的冲击，在他长大后的很长一段时间里，都找不到人生的激情和生命的乐趣，整个人显得沮丧而又灰暗。

后来，贝特格应聘到一家保险公司做推销员。在回顾这段经历时，他曾说：“起初做保险推销的十个月是我人生中最黑暗漫长的时光，每一次外出都是空手回来，我的自信在其中也被消磨殆尽。我开始怀疑自己的能力，并彻底对这份工作失去了兴趣。”一次偶然的机会，他参加了戴尔·卡耐基的

演讲训练课。课后，卡耐基对他说：“先生，你的演讲没有一点激情，谁还会对你的演讲感兴趣呢？”回到家，他一直思索着卡耐基的这句话，并意识到了自己的问题：多年的困苦生活，让他的表情显得有些忧郁。要想改变现状，他必须让自己面带微笑，以最大的热情投入到现在的保险推销工作中去。

每天早上，他强迫自己带着微笑出门。但这种虚假的职业微笑并没有维持多久，因为不管他如何的强颜欢笑，过不了多久，忧郁又出现在脸上。对此，他又想出一个办法：在面见别人之前，先想清楚自己要说什么，然后再面带微笑地去。这样一来，微笑很容易能够长留脸上，甚至还能够演变成开怀大笑；和别人擦肩而过时，他会微笑着和别人打声招呼……就这样，不管何时何地，他都提醒自己一定要面带微笑，并且要发自内心的微笑。正是这种简单的微笑推销法，让他的保险销售业绩直线上升，成为最伟大的保险推销员。

弗兰克·贝特格为 20 世纪最伟大的销售大师之一，是美国人寿保险的创始人，世界著名的演讲家。通过他的故事我们不难看出，他的成功多源于微笑。因为微笑，让他感受到了人生积极的一面；因为微笑，拉近了他和顾客的距离；因为微笑，让他签下了一个又一个的保险订单。

美国作家曼狄诺说：“微笑能够给人带来黄金。”戴尔·卡耐基说：“微笑犹如穿透乌云的太阳，能够照亮所有看到它的人，给人带去温暖。”乔·吉拉德说：“当你微笑的时候，整个世界也都在笑。”

对于经济学家来说，微笑是一笔丰厚的财富；对于心理学家来说，微笑是最能够说服人心的力量；对于销售人员来说，微笑是出现在客户面前最好的脸谱。销售大师原一平为了拉近与顾客的距离，每日对着镜子练习微笑，并归纳出 38 种微笑的方法，被别人称之为“价值百万美元的微笑”。微笑是人际沟通的通行证，没人会拒绝一个面带微笑的人。当你给对方一个热情而又真诚的微笑时，对方必定也会回馈你一个同样的微笑，这是销售员们必须知道且懂得运用的武器。

微笑能够创造销售的奇迹。作为销售员，你要怀着一颗真诚之心，用最纯真的微笑来面对客户，它会给你带来你想要的财富。



妙招指引

- 学会过滤情绪。上班时不要把私人烦恼带进公司；下班后不要把工作烦恼带回家里。这样一来，你的心情会轻松、快乐很多。

- 学着幽默。面对烦恼时，不妨学学阿 Q 精神，小小幽默一下，能够缓解内心不良情绪，赶走忧愁。

- 调整心态。销售过程中，会出现很多不如意的事情，我们要学着用最合理的方式消化它。有的客户冷漠无言，有的客户无理取闹，有的客户出言讽刺等，这些都是正常现象，不要过于放在心上，影响工作情绪。你的工作

就是给顾客推荐好的产品，提供好的服务，满足顾客的需求，至于买不买就是顾客的权利了。做好你自己，尊重顾客选择，如此一来不悦的心情就会释然很多。

- 心胸要开阔。销售过程中，难免会碰到一些胡搅蛮缠的人，很容易影响我们的心情。面对这样的

情况，我们要学会站在顾客的角度思考问题，用开阔的心胸包容顾客的无礼，保持一个良好的心境，让微笑成为你服务的一部分。



你认为自己行，你就一定能行

自信是人们的精神食粮，只有自信才能够使一切变得有可能。即便你有99%的成功欲望，有1%的放弃念头，那你也可能与成功失之交臂。村上春树在其《世界尽头与冷酷仙境》一书中说：“一定要有自信，只要有自信就无所畏惧。”自信是人生的第一桶金，即便你没有一分钱，自信就是你的资本。不管你从事哪种行业，做哪份工作，只要相信自己会成功，那么你就一定能够成功。自信，是正面的，是积极的。一个人只有相信自己才能够相信他人，才能够相信未来，才能够接触成功。之于销售行业来说，更是如此。

说起销售，不得不提的是美国汽车销售天才乔·吉拉德。

乔·吉拉德35岁时公司破产，负债累累，一时间温饱都成了问题。无奈，为了养家糊口，他在一个朋友的介绍下去一家汽车销售公司应聘推销员。当时正值严冬，属于销售淡季，面试官似乎并不乐意聘用一个没有一点汽车销售经验的人，他以“没有销售经验，没有足够的暖气房，会受到其他推销员的抱怨”等为由，想要拒绝乔·吉拉德。

谁知，乔·吉拉德很自信地对他说：“虽然我没有汽车销售经验，但我推销过其他的东西，报纸、食品、房屋等。而且，我并不需要什么暖气房，我只要一张桌子、一部电话就可以。我保证，两个月之内，我就可以打破你们这里的销售纪录。”

就是这份自信，打动了面试官。乔·吉拉德在办公楼的一个角落里，守着一张破桌子和一部电话便开始了自己的汽车销售工作。结果也如他所



说，两个月之后，他的销售成绩打破了公司的销售纪录，成为名副其实的汽车销售大王。

乔·吉拉德总喜欢在衣服上佩戴一个金色的“1”字，对此他说：“这并不是炫耀，而是在提醒我自己，我是我生命中最伟大的，我是自己最大的财富。即便没有指纹，也能够从人群中一眼认出我。我的声音是与众不同的，我的气息也是与众不同的……”乔·吉拉德从事汽车销售工作15年，创下了很多无人能破的世界纪录：

最多的时候一天销售18辆汽车；

一个月最多销售了174辆汽车；

一年最多销售了1425辆汽车；

15年共销售了13001辆汽车。

不得不说，乔·吉拉德能够取得如此佳绩，和他的自信是分不开的。他说：“在我的生活中是没有‘不’字的，从来都没有，你也不应该有。我不会将时间白白送给别人，我相信自己只要推销东西，就一定能够把东西卖出去。先学着自我肯定，把‘不可能’去掉‘不’字，就是‘可能’。如果你这么做，你所得到的结果连你自己都会感觉诧异。”

自信是一种坚定而又积极的心态，是每一个销售环节所必备的养

分。销售人员的自信要贯穿整个销售活动，要坚信自己一定能够取得成功。你要相信你的工作能够给顾客带来利益，你要相信自己的产品能够给顾客带来方便，你要坚信自己的工作能够服务大众，你要坚信自己一定能够获得成功。

现实中很多销售员还未开口，自卑就已经涌上心头，不敢和顾客正面对视，介绍产品时也是唯唯诺诺、含糊不清，甚至是紧张得说不出话来，最后的结果必定是鸡飞蛋打、生意落空。

你相信自己行就一定能行，每天不断地向自己重复这句话。

——乔·吉拉德（吉尼斯世界纪录大全认可的世界上最成功的推销员）