

吴飞彤

著

千万 终端销售攻略

突破销售瓶颈的绝密武器 屡试不爽的绝对成效法则 全球销售冠军的成功定律

升级版

别卖 家具



海洋出版社

千万
别卖家具



千万 别卖家具

——终端销售攻略(升级版)

吴飞彤 著

海洋出版社

2017年·北京

图书在版编目(CIP)数据

千万别卖家具:终端销售攻略:升级版/吴飞彤著. —北京:
海洋出版社,2016.4(2017.5 重印)

ISBN 978-7-5027-9392-0

I. ①千… II. ①吴… III. ①销售学 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 055828 号

责任编辑:常青青

责任印刷:赵麟苏

海洋出版社 出版发行

<http://www.oceanpress.com.cn>

(100081 北京市海淀区大慧寺路 8 号)

北京画中画印刷有限公司印刷

2016 年 4 月第 2 版 2017 年 5 月北京第 2 次印刷

开本:787mm×1092mm 印张:22

字数:251 千字 定价:48.00 元

发行部:62132549 邮购部:68038093

总编室:62114335 编辑室:62100038

海洋版图书印、装错误可随时退换

作者的话



我始终认为自己是一个幸运的人。一方面，是因为在我的职业生涯中，我获得了许多能够让我学习并积累宝贵知识和经验的机会，尤其是家具行业给了我更多；另一方面，我有幸认识到一些对我个人成长有很大影响的人，这些人包括中国乃至全世界顶尖的销售专家、演说家和培训师等等，是他们的思想、方法和行为无时无刻不在影响着我，激励着我，教导着我。

我时常想，我所经历过的行业和企业，以及影响我成长的专家老师们给了我这么多，我该为他们做点什么呢？正因为这种想法不断地在我脑中敲打，这本专为家具业而编写，有关提升家具业销售终端导购员实战技巧的书，终于在100多个日日夜夜的思想碰撞和键盘敲击声中完成了。

多年以来，我习惯于从实际的销售工作中不断地思考和总结，从许多优秀的培训课程中记录大量的笔记，从我收藏的400多小时的录音

带、VCD 以及 100 多本最伟大、最顶尖人士所写的著作中吸取智慧，也从行业最出色的企业家、管理者、经销商和导购员身上学习经验。正因为如此，今天我才有机会，才能够非常自信地在这里与大家分享这些有效的销售知识和技巧。

本书讲述了许多实用技巧和方法，并且以大量直观易懂的实例对这些技巧和方法进行了演示。我相信，这些技巧一定可以让你的销售能力在短期内得到很大的提升。当然，你个人的人格、说服力、影响力是你获得成功销售的关键因素。在你运用这些方法的时候，需要根据你的自身条件，进行一定的、必要的改变和调整。

需要说明的是，书中 80% 以上的实例都是来自近几年的实际工作，以及前期对导购员访谈过程中的资料整理。考虑到学习的实效性和方便性，我对这些真实的事例进行了一定程度的改编，希望你在这些方法的时候能够灵活调整，达到举一反三、融会贯通的地步。

当在你阅读这本书时，我建议你以体验和感悟的方式来学习。我可以非常自信地讲，这本书汇集了销售工作中所需的最彻底、最全面、最实效的知识和技巧。你完全有必要通过三五次甚至更多次的体验式阅读，让自己获得一种前所未有的突破。

在这里，我要感谢每一位对本书给予关注和支持的朋友。我知道，如果没有你们的帮助，这本书必定缺少许多精彩。我为你们的热心和友善而感动，我也会更加努力把自己的事业做得更好，再次感谢你们！

销售终端最需要什么



(代前言)

销售终端最需要不“卖”家具的导购员

优秀的导购员不仅仅是卖产品，他卖的是产品对顾客的好处、卖的是一份信赖、卖的是一种感觉。这正是本书为什么叫做《千万别卖家具——终端销售攻略（升级版）》的实质所在。

正因为有些导购员叫卖的仅仅是家具，他们不明白顾客真正想要的是是什么，因而常常失去本可以把握的成交机会，销售业绩总是难以突破。

应该说：

没有不能成交的顾客，只是导购员对顾客的需求不够了解；

没有不能成交的顾客，只是导购员的方法和策略不正确；

没有不能成交的顾客，只是导购员无法获得顾客的信赖。

顶尖导购员却不同，他们懂得把任何产品卖给任何人的超级秘诀，

懂得成功销售的三件法宝：自我控制、说服工具和正确的行动步骤。

作者吴飞彤把当今世界上顶尖销售冠军的精华和智慧，与自己在知名家具企业多年的实际工作经验结合在一起，编写了这本专门的、实用性很强的销售书籍。本书以大量的实际销售实例、上千个经典对话例句，为家具导购人员或销售人员讲述了数百种特别的销售技巧、数百种解决销售问题的方法，以及数十种一定成交的秘诀……

据调查，目前家具业大约有 97% 以上的导购员没有学习过这些特别的技巧和方法。这些技巧和方法正在被世界上最顶尖的销售人员所运用。只要导购员掌握其中一种或两种，并且把它们运用到销售工作中，他的销售业绩就会出现大的突破。

销售终端最需要精细化的系统管理

什么是销售终端精细化系统管理？它是一种抓细节、重执行、追求规范化的管理模式，它是以提高服务品质、提高品牌形象、提高人员素质为标准的管理方法。主要包括销售管理、店面形象管理、售后服务管理、人员管理、销售培训、品牌推广等六个部分。该系统可以帮助销售终端（专卖店）建立起实效的管理模式，可以快速突破终端业绩瓶颈、提升终端竞争力。

实行销售终端精细化管理有哪些好处呢？

1. 能够保障销售量的稳步提升，提高终端竞争力。
2. 能够将导购员原本只发挥了 10% ~ 30% 的自身潜力提升至 60% ~ 80% 以上，使销售业绩数倍增加。

3. 在产品、价格、品牌形象等方面与竞争对手没有太大差异的情况下，终端管理的水平和导购员的销售技巧基本可以决定销售的成败。提高终端管理的水平和导购员的销售技巧可以增加 50% 以上的销售额。

4. 专卖店是最重要的品牌或产品宣传平台，通过精细化管理的专卖店能够快速提升产品或品牌的宣传效果。

5. 家具行业必将迎来真正意义上决胜终端的时代，而在决胜终端的时代，真正拼的正是管理和销售技巧。

因此说“销售终端精细化管理系统”是一个实用有效的管理系统，是一整套的系统解决方案，它可以让终端管理人员快速掌握数十种实效的终端管理工具，数十种实际的终端管理方法，数十种顶尖的店面培训技巧，数十种操作性极强的终端品牌推广模式以及中国最赚钱专卖店的管理秘诀等，从而全面提高家具企业或经销商终端销售竞争力。

基业长青的永恒定律

一个企业的成功没有秘密，经营家具专卖店也是一样。只要记住两句话：做营销就是做细节。要么不做，要么就做到位。

在市场竞争白热化的今天，要想让销售终端保持持久的竞争力，把每一个细节都做到位，把每一个优势都发挥得淋漓尽致，把每一分潜能都尽情释放，才是既现实又高明的选择。

致读者的建议



各位朋友，恭喜你已经拥有了这本书！为了让你获得最佳的学习效果，你需要知道以下几点：

一、这是一本纯粹的家具销售技巧的书籍，对于家具业的历史和趋势、分类和格局、行业的状况、产品的材质和工艺、导购员行为规范等方面的内容没有专门设立章节来讲述，这些知识在各企业的培训手册里面已有更详细的说明。因此，你需要在掌握了必备的专业知识之后，再学习本书所授技巧，以便收到更好的学习效果。

二、如果你没有遵守有效学习的五大步骤来学习这本书的内容，注定这本书不会为你带来多少好处。有效学习的五大步骤是：

第一步骤——初步了解；

第二步骤——重复学习；

第三步骤——开始使用；

第四步骤——融会贯通；

第五步骤——再次加强。

目 录



第 1 部分 销售关键中的关键

顾客为什么选你的产品

01 重新理解“知己知彼”

先“知己”后“知彼”/2

02 让老板少损失 100 万

认识顾客购买决策流程/5

03 认识顾客真正的需求

买钻头的人，要的是一个洞/11

04 不卖家具卖什么

钻一个洞只需 5 分钟/13

05 价值 100 万的销售魔术

决定成败的两种驱动力/16

- 06 让顾客又痛苦又快乐
痛苦加大法和快乐加大法/19

第2部分 卖产品不如“卖”自己

信赖感的神奇力量

- 07 永远不要向顾客推销产品/28
- 08 “一见钟情”的力量/33
- 09 像卖矿泉水一样卖家具/36
- 10 销售专家的魅力/41
- 11 几句话与100万元订单/47
- 12 犯这种错误谁能救你/52
- 13 瞬间拉近与顾客的距离/56
- 14 最灵验的沟通秘方/58
- 15 让竞争对手帮你卖产品/62
- 16 销售冠军比你多知道一点/66

第3部分 90%的导购员常犯的错误

冠军秘诀大公开

- 17 跟着顾客转，直到送出门
带着顾客走，吸引并留下他/76
- 18 问一句答一句，被动介绍
主动挖掘顾客需求/80
- 19 只说自己想说的
告诉顾客需要的和想要的/86

- 20 出售产品
出售产品对顾客的好处/92
- 21 受顾客情绪的影响
用好心情感染顾客/100
- 22 不准备销售说辞
不断完善销售说辞/104
- 23 守株待兔，自然销售
设定一个目标，并尽力达成/108
- 24 仅仅销售功能性利益
塑造产品的感性价值/111
- 25 只说不问
攻心说服的提问法/115
- 26 不懂利用顾客见证
利用顾客见证的力量/122

第4部分 家具销售十大步骤

- 27 神奇的感觉/128
- 28 秘诀从这里诞生/132
- 29 最关键的销售说辞/140
- 30 发现无限宝藏/146
- 31 最重要的幕后工作/152
- 32 让业绩增加 20% 的法则/156
- 33 成交前的成交术/161
- 34 销售中的顶尖魔术/164

35 顾客为你而感动吗/173

36 让顾客帮你推销的秘诀/176

第5部分 被遗漏的十个销售秘密

37 提高销量的关键资料/180

38 发现另外一座宝藏/183

39 比竞争对手说得更好/191

40 反复刺激成交关键按钮/194

41 让顾客感觉物超所值/199

42 如何扩大成交几率/203

43 可怕的二五零法则/206

44 让业绩再增加百分之十/209

45 化投诉或报怨为信赖/213

46 塑造产品价值的秘诀/219

第6部分 销量倍增的永恒法则

47 卖家具就是讲故事/228

48 让顾客改变主意的技巧/231

49 把产品卖给任何人的方法/236

50 怎样问话最有效/242

51 达成销售的前提条件/245

52 被淹没的销售技巧/248

53 神秘的催眠式销售技巧/251

- 54 被忽略的秘诀
——肢体动作的力量/256

第7部分 差异化销售策略

- 55 不同层次品牌
不同说服策略/262
- 56 不同产品风格
不同说服策略/275
- 57 不同顾客性格
不同说服策略/302

第8部分 家具专卖店管理秘方

店长的六项关键工作

- 58 伟大与平庸的界线/310
- 59 无可取代的优势/315
- 60 人人拥有的财富/317
- 61 激发无穷的生产力/324
- 62 团队的力量/328
- 63 忘记了不该忘记的事/332

附录 1/337

附录 2/338

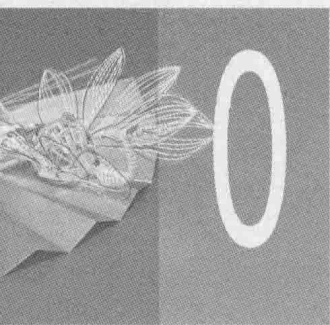
第 1 部分

销售关键中的关键 顾客为什么选你的产品



顾客真正要买的是什么？顾客购买的决策程序是怎样的？什么是促使顾客产生购买的驱动力？

如果你不能清楚地回答以上问题，所有的销售技巧和专业知识的你身上都没有作用。它们是一切销售活动的基础，是成功说服顾客的关键。只有完全掌握了这几个关键，才能把本书所讲述的技巧发挥到极致。



重新理解“知己知彼” 先“知己”后“知彼”

“知己”：透彻了解自己的产品和企业，以及透彻了解竞争对手的产品和企业；“知彼”：深入了解顾客所思所想，准确判断顾客真正的动机。这与对“知己知彼”的传统理解不一样，传统说法的“彼”指敌人或竞争对手，而今天我所说的“彼”是指你的顾客。如果想要卖出更多的产品，你必须重新理解“知己知彼”的概念，并且把它运用于实际的销售工作之中。

仅仅了解竞争对手已经不够，要想成为顶尖导购员，必须学会了解顾客。因为，仅仅了解自己和竞争对手，只能证明你具备了基本的专业知识，只有了解了顾客的想法和观点才能真正让你找到成功销售的突破口。

知道顾客在想什么、判断顾客的动机，这看起来不是很难，然而在实际工作中，能够做到这一点的人却是极少数。对于懂得运用这种技巧的导购员来说，她们（家具导购员一般为女性，所以在后面都用“她”来表示）找到了销售工作的乐趣，并且懂得如何更轻松地卖出更多产

品的诀窍。

如果你还不懂得如何使用这些技巧，或是对怎样运用还不是很熟练，别担心，这本书完全可以帮你做到这一点。你也必须学会这些技巧，因为无论你以后是做销售、管理、医生或从事其他行业的工作，或是做别人的太太、朋友，它都会为你带来莫大的帮助。

首先，我必须问你一个问题：你“知己”吗？如果这样的问题显得不清晰，请往下看：

定义“知己”的标准

- ☞ 你的产品是什么风格？
- ☞ 你的产品主要针对什么消费群体？
- ☞ 你用什么语言把产品风格和目标消费群体联系起来？
- ☞ 你的产品是什么材质？
- ☞ 你的产品是什么结构？
- ☞ 你的产品有什么功能？如何使用？
- ☞ 你的产品有哪些特色？
- ☞ 你的产品提供怎样的售后服务？
- ☞ 顾客选择你的产品的三个主要原因是什么？
- ☞ 顾客拒绝你的产品的三个主要原因是什么？
- ☞ 生产这种产品的企业具有什么关键优势？
- ☞ 你能把以上每一个问题用在你的两个主要竞争对手身上并做出完整的回答吗？

请你在空白栏回答下面所提出的关键问题，一定要经过认真思考后