

TERMINAL

9

10

15

4

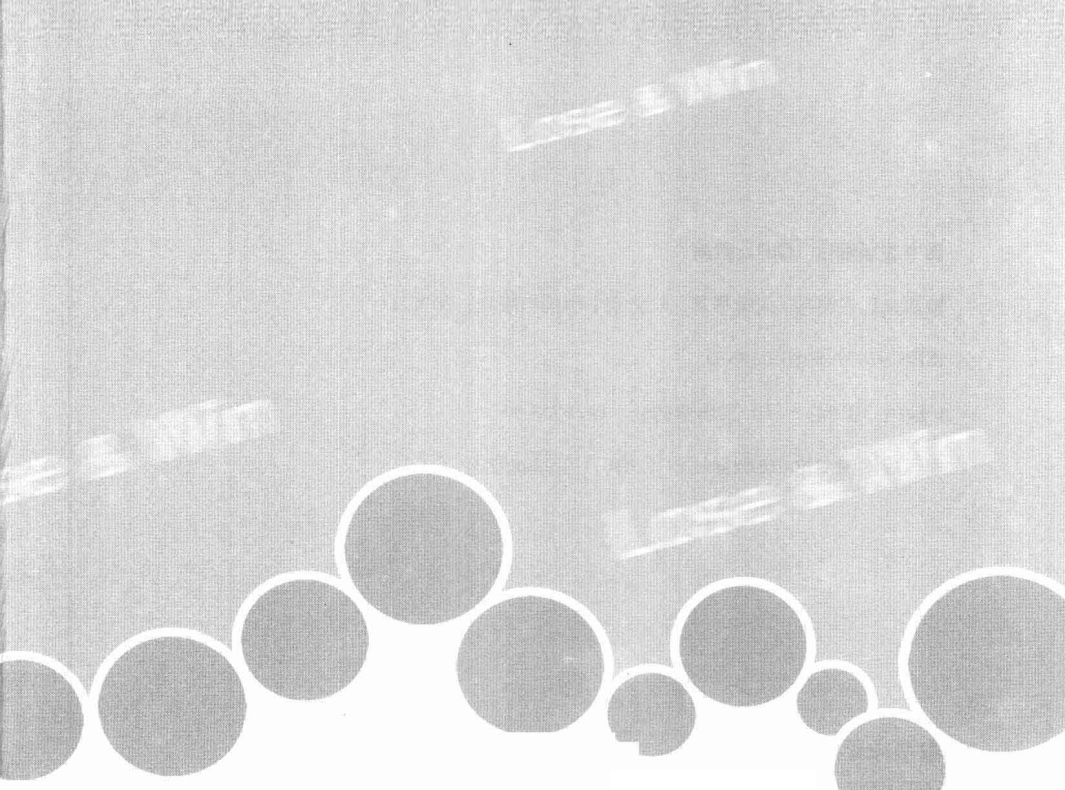
5

- 4 种沟通方式和王牌步骤
- 5 步成功营销的阶梯
- 9 个终端有效营销的阶段
- 10 种全能个性化销售
- 15 种成功延伸营销附加价值的策略

输赢永远在终端



中信出版社 · CHINA CITIC PRESS



TERMINAL

输赢永远在终端

张运华◎著

中信出版社
CHINA CITIC PRESS

图书在版编目(CIP)数据

输赢永远在终端 / 张运华著. —北京: 中信出版社, 2011. 1

ISBN 978-7-5086-2585-0

I. 输… II. 张… III. 市场营销学 IV. F713.50

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第232897号

输赢永远在终端

SHUYING YONGYUAN ZAI ZHONGDUAN

著 者: 张运华

策划推广: 中信出版社(China CITIC Press)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司(北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)
(CITIC Publishing Group)

承印者: 北京京师印务有限公司

开 本: 880mm × 1230mm 1/32 印 张: 5.5 字 数: 115 千字

版 次: 2011 年 1 月第 1 版 印 次: 2011 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5086-2585-0 / F · 2202

定 价: 32.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84849283

<http://www.publish.citic.com>

服务传真: 010-84849000

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

1

终端营销新境界

- 抓住顾客的心 / 3
- 有效销售的九个阶段 / 6
- 销售步骤的掌控 / 10

2

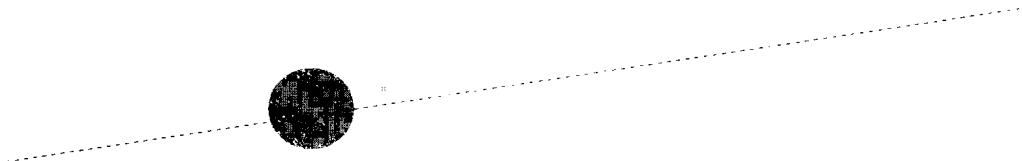
用心去服务

- 放弃七宗罪 / 18
- 用身、心、形打动顾客 / 23
- 天、地、君、思、亲 / 25
- 调整自己 赢得顾客 / 30

3

欣赏中交换责任

- 信赖的信号 / 34
- 百分之一与百分之百 / 38
- 审慎承诺 / 40
- 欣赏是一种智慧 / 42
- 苦难是一种财富 / 43
- 自我管理 / 44



4 | 让顾客信赖的秘诀

时间管理 / 48

慈、悲、喜、舍 / 50

赢得信赖的秘诀 / 52

E | 找准顾客的要求

顾客的需要 成功的钥匙 / 58

E | 男性与女性顾客的不同需求

女人要什么 / 68

男人要什么 / 72

4 | 不同顾客不同性格

不一样的客户 / 80

不一样的招数 / 85



与顾客沟通的细节

有效沟通 畅通无阻 / 90

万变不离其宗 / 98



提问与倾听

提问的学问 / 102

开放式问题和封闭式问题 / 104

你会倾听吗？ / 110



打开顾客的心房

赞美的魔力 / 114

别出心裁的赞美行为 / 119



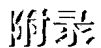
成交（上）

成交才是硬道理 / 126



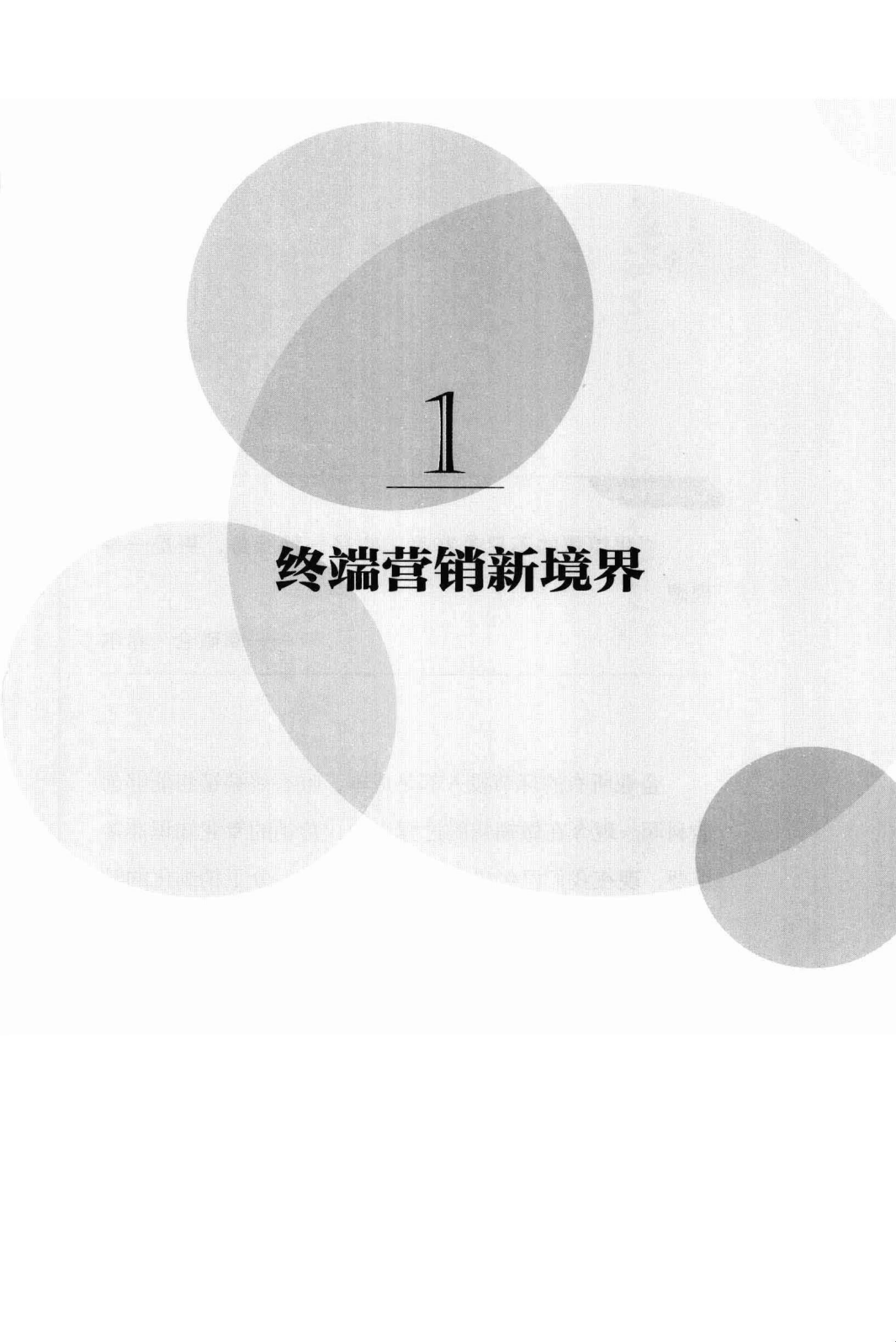
成交（下）

成交延伸 / 140



附录 | 销售管理经典语录 / 150

成交的40个策略 / 156

The background of the page features several large, overlapping circles in various shades of gray. The circles are semi-transparent, creating a layered effect. The largest circle is in the upper right, with others overlapping it and each other. The overall aesthetic is modern and minimalist.

1

终端营销新境界



输赢 = key

“我销售的不只是产品，它是一种服务，更是一种理想。”

——拿破仑·希尔

企业所有的环节投入都是成本，唯有终端销售能够创造利润。现今在做销售的过程当中，营销的专业知识非常重要，现在我们已经进入了一个专业化、分工精细化的时代，要想在自己的行业成为赢家，我们首先应当成为专家，即使你是行家里手，在与终端客户面对面交流的时候，也时常会遭受拒绝，这是非常正常的，有的时候，顾客拒绝我们，实际上是在考验我们。

我记得在广交会认识一个香港的客户，当时我给他发

了很多短信，也打了很多电话，由于当时对他的一些生活习惯不是很了解，晚上我经常给他发短信。3个月后，我突然接到他一通电话，他在电话中说：“如果你再给我打电话或者发短信的话，我一定要报110抓你！”

我当时思考了一下，说：“陈总，如果您的员工这样去服务顾客，您会不会报110？”

在电话中我没有听到他的声音，半分钟以后他突然告诉我：“你明天下午7点到我公司来一下。”

那就是我的第一个顾客。

从这个案例中可以体会到，只要你不放弃顾客，必然会赢得顾客！同样，在人际交往中，女孩子如果有男孩子追求你，你要适当给他一点点挑战，去考验他的胆量，考验他的魄力。如果一个人连胆量、勇气都没有，那他就是个懦夫。一个懦弱的人，在这个社会是绝对站不住脚的。

抓住顾客的心

在销售的过程当中，跟顾客交流，如何才能引起顾客关注？第一要简洁，第二要抓重点，第三要讲效率，第四要讲速度。做好这几步的同时，还要多听、多发问。

从前有一个国王，有一天他的小公主提出一个问题，

要求国王把天上的月亮摘给她。国王非常宠爱小公主，听了她的请求，就把文武百官都招过来，寻求解决方法。

可是所有的人都想不出办法去摘取月亮，大家都很紧张，不知道怎么办。

后来有一个推销员去和国王进行沟通，他愿意接受这个挑战。

这个伟大的推销员问了小公主几个问题。

他问：“小公主，你要的那个月亮在哪里？”

小公主傲慢地说：“不就是在后院的那个树杈上。”

他又追问：“月亮有多大？”

小公主说：“跟那个小圆镜一样大。”

他问：“月亮是什么颜色的？”

小公主说：“银光闪闪的。”

这个推销员听完以后，第二天就通知工匠用银子打了一个这样的小月亮，上面还刻了一个心，当这个小月亮交在小公主手上的时候，她非常开心。文武百官都惊呆了，这样不是欺骗吗？万一小公主明天晚上发现后院的月亮还在那里，该怎么交代？

没想到这位顶级销售高手自信地说：“没关系，只要我跟小公主交流就可以。”当小公主第二天晚上看到后院的树杈上还能看到月亮时，她疑惑了，于是小公主问：“叔叔，你给了我一个小月亮，怎么外面还有一个？”推销员

立即说：“因为外面的那个是月亮的妈妈嘛，你拿到的是月亮的宝宝啊！”

每个顾客心中都有他的小月亮，最重要的是我们要与他们交流，明白他们到底想要什么。并不是我们自认为好的东西就是好的，销售人员要明白，只有顾客心中认为好的东西才是好的。

南方航空公司有一句口号对我触动非常大，叫“一切从顾客的感受出发，珍惜每次服务的机会。”强调的就是在销售的时候，一定要把顾客的需求挖掘出来。

另外，在销售的过程当中，需要跟顾客经常见面。要么你在电话这边，要么你在顾客那里。在20年的职业生涯当中，我始终不敢坐在办公室。当我坐在办公室的时候，我会感到一片空白。只有走到市场上、走向终端的时候，我才会有感觉，我才会找到市场营销的灵感。

我们要想得到顾客，一定要得到他的心。这是最重要的一环。今天的销售人员，光靠勇气是不行的，还要靠智慧。

智慧的“智”上面是个“知”，下面是个“日”，寓意着每日要学知识。“慧”，上面两个“丰”，中间一个扫把的一边，下面是一个“心”，也就是说，我们每天要用扫帚把我们心灵上的一些沮丧、分心、自私、迷茫、挫折和

伤害扫出去，这样就会获得事业与家庭上的双丰收，也是成功的最高境界与最大的平衡。所以，只有智慧加上勇气，才能得到顾客的心。

有效销售的九个阶段

在做销售的过程中，我们要把目标锁在心中，只要你不放弃心中这个目标，就一定可以得到顾客。目标确定后，实现有效销售分为九个阶段（如表 1.1 所示）。

表 1.1 有效销售的九个阶段

级别	做法
一段销售员	等上门——等客户上门，介绍产品，开票发货
二段销售员	走出去——认真准备，主动拜访开发新客户
三段销售员	做投入——把客户当亲人，在非业务层面作投资
四段销售员	塑价值——掌握高超销售技巧，塑造产品价值不杀价
五段销售员	做成交——认真完成合同、信守承诺
六段销售员	超期望——主动帮助客户解决产品使用中的问题，提出新方案
七段销售员	再成交——赢得客户忠诚，重复消费 / 介绍新客户
八段销售员	做流程——总结成功经验（销售流程、技巧）
九段销售员	带团队——分享经验，帮助队员共成长

1. 等顾客上门

过去，中国有 78.2% 的国有企业就是等待顾客，因为一直在那里等顾客上门而导致了企业的破产、倒闭。这种残酷的事实是对我们的警醒：面对顾客的时候，哪怕只有 1% 的希望，都应做 100% 的努力，因而有效销售的第一步就是从等顾客上门转变为上门找顾客。

2. 主动走出去

销售的环节并不复杂，成功与失败的秘诀就是一字之差，一个是主动，一个是被动，等待就是等死。

3. 舍得做投入

投资者都想得到高回报率，在这个世界上，投资回报率最大的就是对人的投资。我们经常听到“舍得”这个词，其实“舍”分三个层次：

第一个层次的“舍”是最基本的“舍”，就是对顾客尽量给予，舍得给予，这种“舍”人人都做得到。比如我们可以给客户冲一杯茶、倒一杯水、削一个水果、端一杯果汁……实在没有这些，甚至笑一笑、听听客户说话也可以，这也是对对方的一种尊重，一种给予。

第二个层次的“舍”是在能力范围内帮助别人。赚钱是为了更好的付出，在我们有足够的资金时，在有能力去帮助别人的时候，我们可以在资金上给予别人一些帮助。

第三个层次的“舍”是最高境界的舍。“舍”字上面是个“人”，中间一个“干”，底下是一个“口”，也就是说对着一个人，把口说干。字面的意思就是说欲给人千万，不如教人一个方法。其实今天的顾客也需要成长，我们要给他一些成长的方法。给予的最高境界是给人方法，不是给金钱，因为即使给1 000万元，他都会用完，但是

给他一个方法，往往可以救他一辈子甚至几代人。

4. 塑造价值

在我刚刚从事市场开拓时，我记得自己面对顾客时总是喜欢在价格上做文章。总担心价格这么高，顾客不会买。顾客最倾心的是什么？是降低价格吗？后来我发现，实际上，在面对顾客时，我们最重要的是塑造价值，因为顾客需要超值的产品。顾客买的不是商品，他买的是这个东西能帮他解决什么问题，给他带来什么好处。所以我们销售任何产品给顾客，都要不断告诉客户这个产品能够帮他解决什么问题，可以给他带来什么好处……

5. 绝对要成交

所有成功的销售一定是要成交的，没有成交的销售都是失败的。只有成交，才能够真正帮助顾客，所以在任何时候、任何地方，把我们的产品销售给所有顾客，这就是每个销售人员的使命。

6. 超出顾客期望

在营销中，要想真正得到顾客的心，最重要的是要超过顾客的期望。在跟顾客打交道的时候，一定要记住，千万不要过度承诺。我们要说 50 做 100，就是做的时候要给予、少承诺，只有这样才能得到顾客的心。

我们都有这种体会，男女在谈恋爱的时候，女孩子通

常会觉得这个人什么都好，可是一结婚，会感觉这个男人好像换了一个人。为什么会出现这种现象？其实这个男人没有变，因为在谈恋爱的时候是谈情，为了达到自己的目的，他什么都敢承诺。可结婚是说爱，要兑现的。当男人没有办法兑现的时候，女人心里就有很大的落差。其实我们跟顾客也是这种关系，所以千万不要为了得到这个顾客，去开空头支票，透支我们的诚信是最糟糕的短期行为。

7. 让顾客做转介绍

我们一定要不断地问顾客“您对我的服务满意吗？”，“您对我的商品满意吗？”，如果他回答满意，就接着问他为什么不推荐三五个朋友来享受这份商品和服务？如果他说不满意，那么就问他还有哪些地方可以调整，还有哪些地方可以完善。

如果顾客没有做转介绍，就证明我们的服务一定有问题、我们产品的品质一定有问题，我们一定要不断提升自己。

8. 做流程

销售的最高境界一定是复制，但是一个人的能量是有限的，仅依靠个人很难成功。只有在销售人员把想法告诉身边的同事，让他们和我们一样厉害时，我们的业绩才能更上一层楼，由此需要总结经验，要做流程。因此，我们

要把市场中的一些案例，包括一些体会，逐步标准化、模板化、系统化，去告诉更多的人。

9. 带团队

如果每个人都能复制自己的经验，让团队中的人都可以分享，帮助团队中的成员共同成长，那么我们的业绩肯定会上去。

销售步骤的掌控

销售界是一个神奇的世界，销售有4个步骤，也称4张王牌，我们一定要记住。任何企业在终端面对顾客销售的时候都是在做4件事情：建立信任、了解需求、沟通说明、促成交易。

但是同样是做这4件事情，为什么有的人每个月只有几千元的销售业绩，有的人做几万，有的人做几十万，有的人可以达到上亿的成交额！因为别看这4件事情简单，其实顺序和比重都非常重要。

20年前我开始做销售的时候，一看到顾客，我就很想告诉他我的产品有多好，我的目的就是要跟他成交，我基本上不让顾客说话，都是我在讲我的产品有多好，可是顾客就是不买我的产品，不接受我的服务。后来我很感谢我

的主管，是他告诉我一定要多问问顾客要什么，所以我慢慢才学会去询问顾客的需求。

在终端营销中，第一，我们需要花费 40% 的时间、精力和成本，重点放在跟顾客建立信任上；第二，我们要花费 30% 的时间、成本和精力去了解顾客的需求。而跟顾客的沟通说明我们要花 20%，真正的成交则只要 10% 的时间。这就是“4321”模式，如图 1.1 所示。

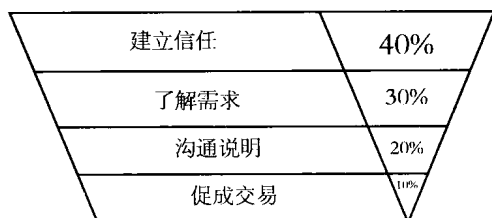


图 1.1 “4321 模式”图

李嘉诚先生曾经提出最高境界的销售是顾客找上门来，他追着你、离不开你、信赖你，这才是最成功的销售。

要达成销售，建立信任非常重要。如何让顾客有信任感并认可我们呢？其实我们每个人的脸就代表了我们的业绩，代表我们企业的风水，代表我们经营的风水。有一种脸就是一种富贵脸，特别能够招财。相对的，也有一种脸就是倒霉脸，他能够把顾客赶走。

我们都知道，人与人之间建立第一印象只有 7 秒钟，在这 7 秒钟内，我们整个人的信息都会让顾客接收到，但