"每天知道点"销售书系
每天知一点，每天在进步

迅速掌握销售沟通技巧，造就金牌销售人员！

MeiTianZhiDaoDian
XiaoShouGouTongXue

每天知道点
销售沟通学

张 超●著

阿基米德说："给我一个支点，我就能撬起整个地球。"
销售人员应该有阿基米德的自信和技巧，与客户良好沟通的技能就是成功销售的支点。

重庆出版集团 重庆出版社

"每天知道点"销售书系
每天知一点，每天在进步

迅速掌握销售沟通技巧，造就金牌销售人员！

MeiTianZhiDaoDian

XiaoShouGouTongXue

每天知道点

销售沟通学

张 超●著

重庆出版集团 重庆出版社

图书在版编目(CIP)数据

每天知道点销售沟通学:张超著.—
重庆:重庆出版社,2010.12
ISBN 978-7-229-03059-9

Ⅰ.①每… Ⅱ.①张… Ⅲ.①销售—通俗读物
Ⅳ.①F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 192620 号

每天知道点销售沟通学
MEITIAN ZHIDAODIAN XIAOSHOU GOUTONGXUE
张超 著

出 版 人:罗小卫
策　　划:支大朋
责任编辑:王　梅　刘思余
责任校对:李小君
装帧设计:张海军

重庆出版集团
重庆出版社 **出版**
重庆长江二路 205 号　邮政编码:400016　http://www.cqph.com
北京中印联印务有限公司
重庆出版集团图书发行有限公司发行
E-MAIL:fxchu@cqph.com　邮购电话:023-68809452
全国新华书店经销

开本:710×1000mm　1/16　印张:16　字数:220 千字
2010 年 12 月第 1 版　2010 年 12 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-229-03059-9
定价:31.80 元

如有印装质量问题,请向本集团图书发行有限公司调换:023-68706683

版权所有　侵权必究

前　言

沟通不仅仅是一种销售技巧，也是成为“世界上最伟大的销售员”所必须具备的一种能力，更是人生成功的一项必不可少的技能。人生无处不销售，人生无处不沟通。各行各业，其实都是一种广义上的销售。一个人不善于沟通，不懂得销售，就会先输一招。销售人员是平衡公司、客户、个人三者利益的切实实施者，正确的沟通技巧将决定你的行动，良好的销售技能将成就卓越的销售业绩。不管你处于何种行业，不管你身在何种职位，你都要懂得销售你的思想，销售你的观念，销售你的点子，销售你为人处世的能力，让别人接纳和认可你。

但是，在销售过程中，销售人员常常会面临各种各样的难题：如何证明产品是客户需要的？如何面对客户的刁难？客户挑剔产品的缺点时怎样才能巧妙应答？如何从客户的言辞中听出弦外之音？如何避免被客户牵着鼻子走？怎样破译客户的身体密码？怎样才能提高语言表达能力？……总而言之，如何与客户建立良好关系，如何提升销售业绩，如何从普通的销售员向顶尖销售人员发展，这是萦绕在所有渴望成功的销售人员心中的问题。

阿基米德说：“给我一个支点，我就能撬起整个地球。”销售人员应该有阿基米德的自信和技巧。与客户良好沟通的技能就是成功销售的支点。

全书共分 9 章，分别从第一印象决定沟通效果、沟通中摸清客户的底牌、沟通中的语言技巧、从身体语言中寻找沟通信息、快速找到沟通突破

口、最能提高效率的沟通术、进退有度的沟通术、沟通必须遵守的原则、沟通中的客户心理学等几个方面，帮助销售人员详细分析和解决了销售过程中遇到的实际问题，以全面提升销售人员的素质和能力。

本书给销售人员提供了出色沟通所需要具备的各种技巧，为销售人员提供了最实用、最有效的实战技巧、方法和策略，以提高销售人员的语言表达能力、倾听能力、应答能力，指导销售人员学会洞察客户的身体语言、把握客户的心理，快速找到共同的突破口以及学会迂回战术等有效沟通的技巧，使客户能够感受到销售人员给予他们的关注和敬意，拉近与客户之间的心理距离，建立良好的客我关系，以实现销售目的。

本书通俗易懂，案例精彩，专家点拨深入浅出，富于启发性，让你在轻松阅读的同时掌握良好的沟通秘诀。本书适合各行各业从事销售工作的人士阅读，是所有销售人员打开销售成功之门的金钥匙。作为一名销售人员，你会从本书中得到实用的、鼓舞人心的销售建议。希望通过本书的交流，使你早日成为一名顶尖优秀的销售人员！

试读结束，需要全本PDF请购买 www.ertongbook.com

目 录
CONTENTS

第一章　照亮客户的眼睛——第一印象决定沟通效果

自信——让客户乐于相信你 / 3

简洁明晰的观点——客户乐于赞同你 / 8

得体的衣着——让客户放下心理防备 / 12

得体的举止——让客户心理上认同你 / 16

幽默的语言——能巩固客我关系 / 20

谈话方式——职业素质的门面 / 25

第二章　听懂弦外之音——沟通中摸清客户的底牌

抱怨的客户——希望你自己降价 / 31

绝不做成交分母——客户另谋他就的几种迹象 / 35

具体意见——客户成交的信号 / 40

探听信息——客户大动作的前奏 / 44

拒谈细节——客户在探你的底牌 / 48

场面话——背后暗藏玄机 / 53

倾听能力——7 个方法助你提升 / 57

第三章　能听会说让你左右逢源——沟通中的语言技巧

开场白——吸引人才能有后续 / 65

观点——清晰准确是关键 / 70

适时发问——引导客户说下去 / 74

重复重点内容——内容胜于创造百句妙语 / 79

真诚的赞美——哪怕是客户最微小的进步 / 82

第四章　破译客户的身体密码——从身体语言中寻找沟通信息

手势频繁的客户——让他多表现自己 / 89

面无表情的客户——你的表达要清晰有条理 / 93

眼神变化的客户——关注客户的需求 / 97

手脚频动的客户——尽量挑重点信息传递 / 100

第五章　锁定沟通关键词——快速找到沟通突破口

“一见如故”——是可以营造出来的 / 107

共同的“兴趣爱好”——最能拉近与客户的距离 / 111

“激将”——激到客户心里的将 / 115

“地区”心理学——善用成大事 / 118

第六章　应答有术，掌控主动——最能提高效率的沟通术

涉及机密问题——转移主题法 / 125

回避不合理的条件——放弃法 / 129

客户纠缠不清——暂时回避法 / 132

不能肯定的观点——借力否定法 / 137

不方便回答的问题——反问法 / 141

不善表达的客户——情景模拟法 / 145

发号施令的客户——利益置换法 / 150

刁难吝啬的客户——低调细致法 / 155

躲开没必要的冲突——回避客户忌讳的事 / 159
给客户一个好名声——激发他的高尚动机 / 163
把握时机——力求达到最优沟通效果 / 168
效率至上——3 分钟内让客户听明白 / 172

第七章　迂回更容易达到目的——进退有度的沟通术
客户不感兴趣的介绍——适时停止 / 179
示弱——回避矛盾的妙法 / 183
善于认错——以退为进的第一步 / 188
适时沉默——此时无声胜有声 / 191
欲擒故纵——迂回更容易达到目的 / 196

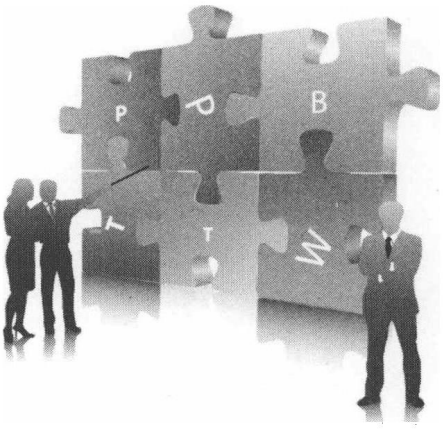
第八章　沟通是平衡的智慧——沟通必须遵守的原则
客我双赢——沟通的目的 / 203
换位思考——让你永远不会被客户拒之门外 / 208
保住客户的“面子”——任何时候都要谨记 / 212
低调——保留最后的底牌 / 217
优势辩证法——没有永远的优势 / 221

第九章　让客户成为谈话的主角——沟通中的客户心理学
做最好的听者——摆一个倾听的姿势 / 227
客户是主角——鼓励客户多谈自己的事 / 233
给客户关注——让客户觉得自己很重要 / 237
尊重与认同——提升你在客户心中的地位 / 242

第一章

照亮客户的眼睛——第一印象决定沟通效果

对于一名销售人员来说，第一印象至关重要，你给客户的第一印象往往会决定交易的成败，客户一旦对你产生好感，自然会对你和你销售的产品有好感。据相关资料统计，销售人员的失败，80%的原因是因为留给客户的第一印象不好。完美的第一印象可以打消准客户对销售人员的心理戒备，有了客户心理上的初步接受，才能为你实际性的销售打下坚实的基础。那么，销售人员应该怎样把握与客户初次见面短暂的时机，创造一个良好的第一印象呢？



自信——让客户乐于相信你

自信是一种每天都经受磨炼却每天都在不断强大的习惯。自信的人总是从容、镇定、胸有成竹，给人一种愿意信赖的安全感。而对于销售人员来说，给予客户这种自然而然的安全感是开启成功大门的金钥匙。

一位心理学专家曾经为一组销售人员做过一个心理测试。

题目是：如果你与客户正在房间里交谈，这时，突然从门外进来一个人，他盯着你看，你会如何反应？

有的销售员回答："我会被打断。"

有的销售员回答："我会继续，但可能会紧张得语无伦次。"

有的销售员回答："我也同样盯着他。"

甚至有销售员回答："我会问他有什么事，如果他还是无礼地直视我，我也许会揍他。"

心理学专家微笑着听着销售人员你一言我一语的回答。他在等所有人找到自己的答案。

最后，一位销售员同样微笑着对他说："如果他进来没有主动来打断我们，我会跟我的客户继续。"

试读结束，需要全本PDF请购买 www.ertongbook.com

心理学专家指着最后这位回答问题的销售员对其他人说："在你们当中，只有他是自信的。"

销售人员们开始很不理解，在他们惯常的思维逻辑当中，被一个人如此无礼地打断和注视着而不作出反应，要么是神经麻木之人，要么是胆小怯懦之人，总之无论如何是与自信挂不上边儿的，可心理学专家却说这位销售人员是一个真正的自信的人，为什么呢？

心理学专家看出了大家的疑惑，他只对他们说了一句话："你是要做被别人影响的人，还是要做影响别人的人？"

显然，任何人，尤其是作为一个销售人员，影响别人是自己成功的根本要素。任何人都想去影响他人，而不受他人的影响。可是不自信的我们在日常生活工作当中却时时被别人影响着。特别是在我们面对客户的时候，客户的拒绝，客户的不满，客户的抱怨，客户的冷淡总是像一棵长满针刺的仙人掌针对着销售人员。

一个成功的销售人员是要把客户身上的针刺拔掉，让他向自己靠近，从而达到成功影响客户意愿的目的。如果你想成功地影响客户，自信，是最有效的利器。

我们常听到这样一句话："要想别人尊重你，首先要学会尊重别人。"同样，我们还知道一句话："如果要别人相信你，首先要相信自己。"

一个自信、从容、镇定的人会给人一种踏实可信的安全感，特别是当对方需要作出某项决定的时候，他们更愿意听信这样的人给出的建议和意见。这个时候，对以促使客户决策购买为目的的销售人员来讲，有什么比自信更能帮助自己达到成功的目标呢?

陈旭是一名广告销售员，每次在去拜访之前，他都站在镜子前，把名单上的客户念10遍，然后挥舞着双臂大声说："在第一个月月末之前，你们将向我购买广告版面!"然后，他怀着坚定的信心去拜访客户。

第一天，他和10个"不可能的"客户中的2个谈成了交易；第二天，他又成交了一笔交易……到第一个月的月末，只有一个客户还不买他的广告版面。

在第二个月里，每天早晨，小陈都去拜访那位拒绝买他的广告版面的客户。每次，这位商人都回答说："不!"但每一次，小陈都假装没听见，继续前去拜访。

到那个月的最后一天，已经连着说了30天"不"的商人说："你已经浪费了一个月的时间了！我现在想知道你为何要坚持这样做。"小陈说："我并没有浪费时间，我一直在训练自己坚韧不拔的精神，而你就是我的老师。"

商人点点头说："我也要向你承认，你也是我的老师。你已经教会了我坚持到底这一课，对我来说，这比金钱更有价值，为了表示我的感激，我要买一个广告版面，全当我付给你的学费。"小陈完全凭着自己坚韧不拔的精神达到了成功的目标。在我们的生活和工作中，许多人往往就是因为缺少这种精神而经常和成功失之交臂。

自信的人相信自己能够成功，也相信自己有能力处理任何棘手的问题。他们会乐于与陌生人交际，因为他们相信自己能够与人友好相处；他们总会以一种兴奋的心情去接受任何一份工作，因为他们相信无论什么事情，他们都有办法做好，甚至做到更好，从而获得更加艰巨的任务和难得的机会。

专家点拨

但我们要如何建立起自己的自信，拥有自信者身上宝贵的品质呢？

第一，开始行动

让自己动起来，而且从最简单的事开始，找到客户的电话号码，整理好客户资料，不要把时间浪费在担心客户是否会接电话、是否会友善地接受你的销售这些连发生都还没有发生的琐事上。让行动给你真实的感受，让行动起来的成就感给你持续进步的动力。

第二，保持精力充沛

我们知道一种“凌晨 3 点”效应，是说很多人都有凌晨醒来的经历，开始为自己所忧虑的东西感到绝望。可是到了早晨，问题依然存在，但似乎没有凌晨 3 点钟时那样令你恐慌了。充足的精力会令你的心情愉悦、更加积极向上。

第三，建立自信心储备库

自信心像是一条橡皮筋，有时候你感觉它很强，有时候又感觉它很弱。它总是随着你的情绪以及你的经历时起时落，这就需要自己对自信心进行调节。建立自信心储备库是一个很好的方法，把自己的优点、成绩等可以激励自己的东西记录下来，每当自己低沉时就看一看，当发现自己曾经战胜过同样的困难挫折时，就会重新找回自信。

有效沟通学精要 1

自信的天敌是恐惧，树立自信首先要克服恐惧心理。战胜恐惧常见的7种处理方法：

1. 从现在做起，不要在犹豫徘徊中消耗自己的激情。
2. 永远向好的方面看。
3. 时常反省，把坏事情最终变成好事。
4. 建立融洽的人际关系，获得分享机会的能力。
5. 转移注意力，去接受不能改变的事实。
6. 让自己明白你在担心什么，然后让朋友来确定这种担心有无必要。
7. 直面恐惧，才能集中精力应对恐惧，战胜恐惧。

简洁明晰的观点——客户乐于赞同你

言简意赅往往比喋喋不休更有说服力。简洁明晰地表达出自己的观点是一个优秀销售人员必须具备的素质。销售人员应尽可能地用最清晰、简明的语言使客户获得想要知道的相关信息，因此锻炼和培养良好的语言组织和表达能力对一个销售人员来说至关重要。

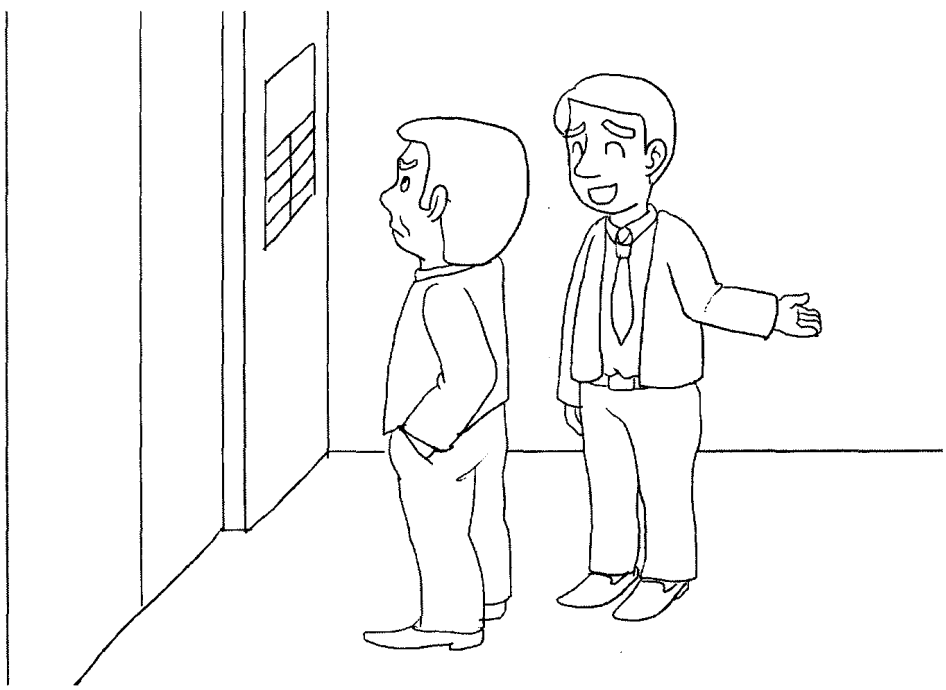
在与客户进行初次约见时，由于心情紧张等原因，可能销售人员会因为急于表达自己的销售意图而忽视自己的表达方式。很多销售人员身上都有过这样的体验：越是慌慌张张地表达自己的意图，语言组织得就越是错误百出，结果与客户沟通起来就越吃力。因此，这些忙中出错的销售人员给客户留下的印象常常是非常糟糕的，客户常常认为，一个无法清晰地表明自己观点的人是无法弄清客户的真实需求的，他所代表的企业恐怕也缺少科学的组织性和系统性。

所以，销售人员在了解和掌握足够的产品信息的同时，也十分有必要培养和锻炼自身的语言组织和表达能力，尽可能地用最清晰、简明的语言使客户获得其想要知道的相关信息。

麦肯锡公司曾经为一家重要的大客户做咨询，麦肯锡的项目负责人带领团队日夜工作了3个月，准备了厚达300页的报告，包括7个建议36个改进措施以及8套详细的实施方案，为了证明这些结论，还准备了5本数据分析和调研报告的附录，还有大量的原始资料。

客户对提案也非常重视，安排了公司所有高管出席，并请到了CEO以及董事会的主要成员。同时还将报告彩色打印，并刻录了光盘以便分发给与会者，提案的前天晚上还再次检查了所有文字以及拼写无误，然后提早睡觉以便保证精力。

提案当天，项目负责人神采奕奕，准时到达客户会议室，做好一切准备工作。但是客户突然遇到紧急情况，不得不终止会议马上离开。然而就在CEO冲进电梯的那一刻，“等等，”他挡住电梯门，对项目负责人招手，“能否利用我到停车场的时间说说你们报告的主要内容?”由于该项目负



试读结束，需要全本PDF请购买 www.ertongbook.com