

——文义明 张路评/著——

真正的销售始于成功的拜访之后

销售

一定要懂的

拜访术

金牌销售成功拜访的
——100个策略——




中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

——文义明 张路评/著——

销售 一定要懂的 拜访术

金牌销售成功拜访的
——100个策略——

 中国经济出版社

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

销售一定要懂的拜访术：金牌销售成功拜访的 100 个策略/文文明著

北京：中国经济出版社，2011.1

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0433 - 8

I. ①销… II. ①文… III. ①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 240740 号

责任编辑 王振岭

责任审读 霍宏涛

责任印制 石星岳

封面设计 任燕飞

出版发行 中国经济出版社

印刷者 三河市佳星印装有限公司

经销者 各地新华书店

开本 710mm × 1000mm 1/16

印张 17

字数 230 千字

版次 2011 年 1 月第 1 版

印次 2011 年 1 月第 1 次

书号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0433 - 8/F · 8682

定价 36.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话:010-68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话:010-68359418 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话:12390)

服务热线:010-68344225 88386794

前 言

作为销售员,要完成一次交易需要经历许多考验,而在这些考验中,拜访客户是最基础也是最重要的一个环节。如果我们把销售的整个流程比喻为盖一座高楼,那么拜访客户就是打地基,地基打得越牢固,高楼才能盖得越高。相信每个销售员都十分重视拜访客户这一环节,但是为什么同样是拜访客户,有的销售员年年得销售冠军,而有的销售员却始终业绩平平呢?

大家在生活中也许都有这样的经历,虽然我们看着一道菜的图片及菜谱,认为自己动手也能做出来,可结果做出来的味道却相差很远。其中的原因就在于我们不是专业厨师,不懂得要想做出一道美味的菜肴,从食材的选用、搭配、调料的多少,以及火候的掌握都是有很多讲究的。

拜访客户也是同样的道理,业绩平平的销售员与金牌销售员的差别就在于,他们只知道拜访的一些简单流程,而金牌销售员却知道决定拜访成功的每一个要素,像厨师谙熟烹调的技术一样能够熟练掌握并灵活运用每一个拜访策略。

本书就为大家逐一解密金牌销售员从拜访前的准备工作到成功完成拜访的100个策略,并指导我们恰当、灵活地运用,使我们也能掌握销售的秘诀,从此战无不胜。

秘诀1:如何做好拜访准备

俗语有“不打无准备之仗”、“磨刀不误砍柴工”之说。在拜访客户之前销售员最忌仓促上阵,所以本书一开始先为大家介绍一些做好准备工作的策略,保证大家能够自信、从容地面对客户。

秘诀2:如何寻找准客户

销售员的时间和精力是宝贵的,我们不能做“无头的苍蝇”,盲目地去拜访客户,所以接下来要掌握的就是如何寻找准客户以及找对准客户的策略,只有有的放矢地去拜访客户,我们的工作效率才能提高。

秘诀3:如何推销自己

做销售首先要推销自己,在拜访客户时能否给客户留下良好的第一印象,获得客户的好感与信任对接下来销售工作的进展至关重要,所以拜访时

成功打动客户的八个策略我们是不能不知道的。

秘诀4：如何破除异议

在拜访时，难缠的客户总是给我们提出许多异议，诸如“没时间”、“没钱”、“做不了主”等等，不过不用担心，“道高一尺，魔高一丈”，我们的拜访策略一定能克服这些成交障碍，帮助我们轻松达到目的。

秘诀5：如何猜透客户心理

销售就是一场心理博弈，要想在这场心理战中占上风，我们就得懂点销售心理学，瞬间破解客户的“心理密码”。

秘诀6：如何引导客户

很少有客户会主动来购买我们的产品，所以，只有对客户进行不动声色、潜移默化的引导，成交才会水到渠成。

秘诀7：如何与客户沟通

让客户耐心听我们说话并不是一件容易的事，只有销售员会说，客户才肯听，八种语言策略让销售员成为语言艺术大师，使我们与客户之间的沟通变得畅通无阻。

秘诀8：如何拜访不同类型客户

销售员所要拜访的客户形形色色，要想保证我们和每个客户都能相处融洽，做到让每个客户都满意，我们就必须学会因人而异的拜访策略。

秘诀9：如何促成交易

拜访的最终目标是与客户达成交易，所以，面对客户的拒绝、拖延，我们必须掌握有效的成交策略，“踢好临门关键一脚”。

秘诀10：如何维护客户

成交不是销售的结束而是销售的开始，只有懂得维护客户，将新客户变成永远的老客户，我们的销售才算彻底成功。

秘诀11：如何电话签单

可以说，销售员开展业务离不开电话，电话拜访客户能够为我们带来很多便利，让我们不见面也能与客户签单。所以，成功的电话拜访策略我们也不可不知。

总之，这些秘诀将为我们成功拜访客户提供最实用、最有效的帮助，让我们成为一个深受客户喜欢与信赖的销售员，使我们在拜访中所向披靡，业绩直线上升，从一个普通的销售员成长为销售主管、销售经理、销售总监，在销售事业中到达成功的顶峰。

第一章 工欲善其事,必先利其器

——拜访之前的准备工作要做细

“工欲善其事,必先利其器”是圣人孔子给我们留下的教诲,意思是工匠要想把他的工作做好,就一定要先使工具锋利。销售的道理也是一样的,销售员要想使拜访成功,取得好的销售业绩,就要在拜访之前将准备工作做足做细,这样才能取得事半功倍的效果。

- 谙熟预约的技巧 / 003
- 制订最佳的拜访计划 / 006
- 用寄送的样品为成功拜访开路 / 008
- 熟悉产品的所有信息 / 010
- 掌握产品的市场信息 / 013
- 准备好销售工具 / 015
- 相信自己的能力和公司的产品 / 017
- 充分了解客户信息 / 019
- 选择最佳的拜访场所 / 021
- 拜访之前要摆正心态 / 023

第二章 准确锁定拜访目标

——找到潜在客户等于抓住了“潜力股”

做销售,如果没有客户,就如同无矢之箭;找不准客户,则好比盲人摸

象,即使付出再多的努力,也是在空做无用功。因此,在拜访客户之前,我们必须先拥有一批高准确率的客户资源。

当然,客户是不会从天上主动“掉”下来的,要靠我们用心去寻找。其实,从广义来说,任何一种产品或任何一位销售人员所面对的客户都是无限广的,地球上的任何一个人都可以成为客户。而作为销售人员,我们要做的就是在这个庞大的客户群中准确找到适合我们的客户,然后把他们转化成我们的现实客户,这是金牌销售人员在拜访之前必须要过的一关。

你知道客户在哪儿吗 / 027

广交天下友,从中锁定客户 / 029

准确筛选出准客户 / 033

调查分析准客户 / 035

找到购买决策人的细节 / 038

利用人脉资源找到客户 / 040

巧妙获得客户的引荐 / 041

建立影响力中心 / 043

学会判断潜在客户 / 046

第三章 销售只做一件事——推销自己

——拜访时成功打动客户的八种策略

客户从我们这里购买产品的前提是他们喜欢、认可、信任我们,在客户未接受我们之前,我们与他们谈论产品、销售,他们本能的反应就是推诿、拒绝。所以说,销售产品,首先要向客户推销我们自己。只有树立起良好的个人品牌、成功打动客户,才能成为一流的销售员。

第一印象很重要 / 051

得体的商务礼仪为成功拜访加分 / 052

微笑时刻挂在脸上 / 055

亲和力是拜访的秘密武器 / 057

时刻保持饱满的热情 / 060

诚实守信是打动客户的关键 / 062

让客户感到你是专家 / 064

坚持不懈,持之以恒 / 066

第四章 没有说服不了的客户

——破除销售障碍的拜访策略

有时,客户更像是如来佛祖,为了考验销售员“修成正果”的决心,他常常为我们设下许多困难与障碍。但是我们不必畏缩,因为世上没有克服不了的障碍,也没有说服不了的客户。

战胜“害怕被拒绝”的心理 / 073

学会倾听更有利于销售 / 074

让良好的观察力为成交开路 / 076

情感让营销更容易 / 078

慧眼识别出真假异议 / 079

客户没时间怎么办 / 082

客户没钱怎么办 / 085

客户做不了主怎么办 / 087

第五章 你得懂点销售心理学

——在拜访中瞬间破解客户的“心理密码”

“客户的心思你别猜,你猜来猜去也猜不明白,不知道他为什么不理我,也不知道他为什么不接单”。相信在被客户拒绝了无数次后,作为销售员的你一定会发出这样无奈的感慨。那么我们该如何才能猜透客户的心思呢?很简单,如果我们能掌握销售心理学,成为破解客户心理密码的专家,就可以瞬间突破客户防御的“心墙”,看穿客户的购买心理,从而轻松成交。

破译客户的购买心理密码 / 093

从肢体语言中洞察客户心理 / 095

谦虚一点,满足客户的表现心理 / 097

减轻客户的逆反心理 / 099

- 利用从众心理帮客户做决定 / 101
- 消除购买风险,满足客户的心理安全感 / 103
- 巧用好奇心理,激发客户的购买欲望 / 105
- 满足客户渴望受到尊重的心理 / 107

第六章 随风潜入夜,润物细无声

——让客户在潜移默化中接受你的引导

业绩不尽如人意的销售员强迫客户购买,而销售高手则引导客户购买,可以说,销售的最高境界是没有销售,用潜移默化的引导促使客户主动签单。然而客户都有自己独立的意志,要想成功地引导客户并非一件容易的事情,我们必须具备行之有效的方法,本章就为大家介绍几种能够让客户认可我们、在不知不觉中接受我们引导的撒手铜。

- 用数据增强说服力 / 113
- 一次示范胜过一千句话 / 115
- 巧用提问引导法,在对答中发现玄机 / 117
- 客户的需求需要引导 / 121
- 让客户感受到利益 / 125
- 运用“富兰克林销售法”,引导客户趋乐避苦 / 126
- 运用产品比较法,引导客户自动签单 / 127
- 利用人人熟知的案例劝服客户签约 / 130

第七章 怎样说,客户才会听

——语言上的有效沟通让拜访无往不利

语言的魅力是我们难以估量的,有时一句简单的话就能够起到巨大的作用。销售员可以说是靠“嘴”吃饭的,语言的重要性对销售员不言而喻。在与客户交谈时,我们如果能够恰到好处地运用语言,那么将会取得非常好的沟通效果,促进拜访的成功;如果语言运用得不合时宜或是不到位,那么将会极大地影响到我们的销售业绩。所以,销售员在拜访客户时一定要注

意自己的语言,让每一个词语都成为我们拜访成功的砝码。

好的开场白是成功拜访的一半 / 135

用最恰当的语言介绍产品 / 137

了解拜访的语言禁忌 / 139

寻找双方共同的话题 / 141

赞美的语言最能打动客户 / 143

幽默让气氛不再尴尬 / 145

用暗示的语言说服客户 / 147

注意说话的语音、语调 / 148

第八章 到什么山要唱什么歌

——拜访也要因人而异,寻找最佳销售突破口

人如其面,各不相同,在与形形色色客户打交道的过程中,我们必须迅速而准确地把握客户所属的类型,做到因人制宜,灵活应变,根据不同的销售对象采取不同的对策。否则,如果我们总是用同一种方法来对待客户,那么只会被“饿死”。因此,本章就对各种客户类型及销售拜访策略加以介绍,帮助销售员在拜访中做到知己知彼,从而迅速激发客户的购买欲望,取得销售成功。

看人下菜碟儿:拜访不同个性客户的策略 / 153

长幼有别:拜访不同年龄客户的策略 / 155

消费男女:拜访不同性别客户的策略 / 158

对“质”下药:拜访不同气质客户的策略 / 160

交际达人:拜访不同社交类型客户的策略 / 163

贫富都是客:拜访不同消费水平客户的策略 / 165

南北通吃:拜访国内客户的策略 / 166

打开门做生意:拜访国际客户的策略 / 168

第九章 “踢好临门前关键的一脚”

——把握时机,让成交不再是个难题

销售员拜访客户的最终目标是与客户达成交易,所以销售的成交阶段是非常重要的,但是销售员往往在这最后一步把握不好,结果竹篮打水一场空。所以本章主要为大家介绍几种比较有效的促成方法,帮助大家在拜访客户时把握好成交的时机,“踢好临门前的关键一脚”。

- 密切注意客户的成交信号 / 173
- 教你如何促成犹豫不决的客户 / 175
- 如何促成对价格有异议的客户 / 178
- 签单,该出手时就出手 / 182
- 永远比竞争对手快一步 / 185
- 逆向思维帮你轻松签单 / 189
- 步步为营,让客户进入你的“圈套” / 191
- 激将法——成交的撒手锏 / 193
- 置之死地而后生的冷淡成交法 / 196
- 强调产品的稀缺性,促使客户尽快成交 / 198
- 互利共赢——你帮客户解决问题,客户帮你提高业绩 / 200

第十章 真正的销售始于拜访后

——把新客户变成“永远”的客户

我们常常能见到这样一些销售员,他们非常勤奋地拜访客户,但是却不见销售业绩的提升,为此他们常常感到不解。其实,原因就在于他们不懂得一个道理,那就是“真正的销售始于拜访后”。销售员固然要重视拜访,但我们如果不能够在拜访以外的时间为客户花时间,巩固拜访的效果的话,那么我们会“丢了西瓜捡芝麻”,流失了一些非常有价值的老客户,这样,尽管我们再勤于拜访,业绩也不会提升。

- 让道别为下一次拜访铺路 / 205
- 不忘约定下次相见 / 207

- 用迂回战术重新开始 / 209
- 做好及时有效的再访 / 210
- 与客户建立友谊 / 212
- 如何给客户送礼 / 215
- 与客户保持长期联系 / 218
- 学会客户分级和管理 / 221
- 帮经销商客户销售产品 / 225
- 如何扩大再销售、实现转介绍 / 227

第十一章 有些单不见面也能签

——电话拜访客户成功策略大全

电话作为一种方便、快捷、经济的现代化通信工具,为销售提供了便利,电话销售正在发展成为一种常用的销售手段。然而通过电话拜访客户也给销售带来了一些限制,比如不容易获得客户的信任,无法准确找到决策人等,本章就针对这些问题为销售员介绍一些电话拜访客户的策略,让大家做到不与客户见面也能游刃有余地与客户签单。

- 打电话前的准备工作要做好 / 233
- 调整好电话拜访的心态 / 234
- 不见面也能建立起信任 / 236
- 电话拜访的时间策略 / 238
- 轻松找到决策人的方法 / 241
- 如何避免客户的拒绝 / 244
- 针对不同客户类型采用灵活的沟通技巧 / 248
- 对客户的不合理要求巧妙说“不” / 251
- 在电话拜访中倾听同样重要 / 252
- 妥善处理客户的抱怨 / 254
- 教你如何在电话中成功签单 / 255
- 注意挂电话的礼仪 / 257



谙熟预约的技巧

预约客户是指销售员与客户协商确定访问事由、访问时间和访问地点的过程，是销售员与客户的第一次实质性的接触。约见方式有许多种，其中，电话预约最经济、方便，是我们常用的预约方式。但由于客户对销售员事前缺乏了解和认识，很容易对销售员产生猜疑，常予以拒绝，因此，能否在电话预约中给客户留下一个良好的第一印象对销售员来说至关重要。所以，销售员一定要重视预约，掌握一些预约的技巧来帮我们成功约见客户。

下面为销售员提供几种预约的技巧、方法，我们可以根据具体情况来灵活运用。

1. 帮助客户解决问题

“王先生，您好，我是某机器公司的销售员。我知道贵厂一直在为员工的考勤问题而伤脑筋，我们公司新近上市了一款打卡钟，它能够很方便地解决记录员工考勤的问题。它十分准确，并且精巧、耐用，另外价格比同类打卡钟都便宜，很适合贵工厂使用。我可以给您详细介绍一下，您看我是星期三还是星期四来拜访您呢？”

在这个预约案例中，销售员以帮助客户解决伤脑筋的问题为约见理由，能够吸引客户的注意，预约成功率通常比较高。

2. 提及事先给客户邮寄的产品资料

“张太太，您好。上星期我们公司给您邮寄了一份安全牌三用电锅的广告资料，您收到了吧？不知您是否喜欢我们的产品，可不可以为我们提一些高见？”销售员这样提问后，如果客户表示喜欢，销售员便可请求进一步当面示范；如果表示不喜欢，销售员也可以以当面向客户演示产品功能为理由预约见面。

这种约见方法，是以预先邮寄的产品资料作为谈话的引子，让客户在接到销售员的电话后不至于感到突兀，从而减轻客户的排斥心理，并且也可以让客户在未见销售员之前对产品先有大概的了解，增强客户对产品的印象，引发客户的兴趣，使预约更容易一些。另外，销售员是以请教客户的“高见”为由，显示了对客户的尊敬及对他的意见的重视，如此抬举和礼遇客户，必

然会使客户产生好感。

3. 向老客户的合作表示感谢

“张先生,您好,我是某电子公司的销售员小王。您发来的订单我们已经收到了,我想与您约个时间见面,感谢您一直以来对我们公司的信任,另外,最近公司新出了一系列电子组件,品质和效果都比以往同类产品好,公司想先介绍给老客户试用,我也可以借此机会给您当面介绍一下……”

在这个案例中,销售员与客户有业务上的往来,基于这种关系,销售员借感谢客户订货,顺便推荐新的产品也就顺理成章了。另外,新产品上市,立即向老客户介绍,这也表示了销售员对老客户的关心,从而让客户愿意接受约见。

4. 向客户贺喜

“林董事长,您好,我是某汽车公司的销售员。听说令爱不久就要结婚了,恭喜!恭喜!不知道您给女儿的嫁妆准备得怎么样了?我向您推荐我们公司进口的一种敞篷跑车,它设计新颖、豪华别致、装备齐全,特别适合新婚夫妇度蜜月用。您看我去拜访您,亲自向您说明细节如何?”

销售员在客户家有喜事的时候借机约见客户销售产品,一般不会得到客户生硬的拒绝,成功的可能性比较大,但是运用这种方法必须确保消息来源的可靠性,不要弄巧成拙。

5. 给客户优惠条件

“王校长,您好,我是某乐器公司的销售员。前几天,您来我们公司为学校选购一批钢琴,结果您说价格太高,再考虑一下,现在刚巧有个机会,从今天起,我们的钢琴特价一周,这个机会很难得,不如您再过来一趟,我为您推荐一下。”

抓住客户求利的心理,为客户提供产品降价等优惠条件可以有效促进预约成功。

在电话预约中,除了要掌握这些技巧外,我们还要注意一些细节问题,给客户留下完美的第一印象。

1. 保留详细的通话记录

销售员经常会在工作日志上记录与客户互动的情形,不过却很少看到日志上出现“客户不在”之类的记载。或许你会问,连客户不在的信息都要记录吗?是的,我们不但要记,而且要记得清清楚楚。

销售员小王曾经给一位客户打过三次预约电话，对方总是不在，小王每次都记得清清楚楚，当他打第四次电话找到这位客户时，就出现了这样的对话：

“您好，请找吴先生。”

“我就是。”

“吴先生您好，我是某公司的销售员小王，相信您工作一定很忙，我给您打了三次电话都没找到您，这次终于跟您通上话了。”

小王的这句话让客户感受到了他认真负责的态度，增加了客户对他的好感，同时也拉近了双方的距离，预约的阻碍也就消除了一大半。所以，我们不妨把工作记录做得详细一些，让客户感受到我们的认真和耐心。

2. 切忌在电话中进行产品细节的说明

在预约中，我们的主要目的是争取和客户见面的机会，所以介绍产品要言简意赅，千万不要谈及产品的细节问题，因为在电话中客户未必能听得进去太过详细的介绍，并且客户集中注意力的时间是有限的，过长的谈话会使客户失去耐心，反而更加容易拒绝我们。

3. 打电话时要注意礼貌

销售员不能一边抽烟、吃零食或嚼口香糖一边与客户谈话，这是对客户极大的不尊重。另外，不管有没有预约成功，销售员都要保持应有的礼貌态度，要让客户先挂断电话。

4. 要注意谈话时的语言、语气及心态

销售员在与客户谈话时，语调要平稳，口齿要清晰，用语要妥帖，理由要充分。切忌心浮气躁，咄咄逼人，尤其在客户借故推托之时，更须平心静气，不要强迫客户。否则不但不能达到约见目的，反而让客户产生反感。

5. 与客户约定明确的见面时间

在与客户约定见面的时间时，销售员应尽量采取主动，还要注意不可含糊其辞，以免给客户拒绝的机会。通常销售员可以采用“二选一”的方法来与客户约定见面时间。

问话一：“王先生，我现在可以来拜访您吗？”

问话二：“王先生，我在下星期三下午来拜访您呢，还是在下星期四上午来？”

在问话一中，销售员完全处于被动的地位，很容易遭到客户的拒绝。在