

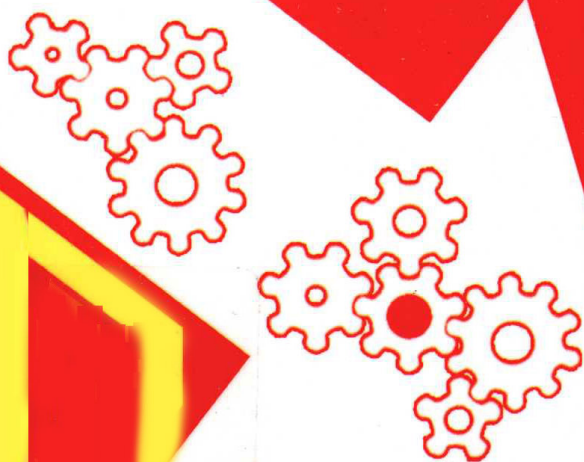
超级销售就这几招



世界顶尖销售顾问教您攻克销售每一环节，一字千金的决胜法则！5日掌握完美销售技巧！

琳达·理查德森 
王磊◎译

销售员必
备第一书
xiaoshouyuan
bibeidiyishu



获选《今日美国》及《纽约时报》最畅销书籍！

PERFECT SELLING



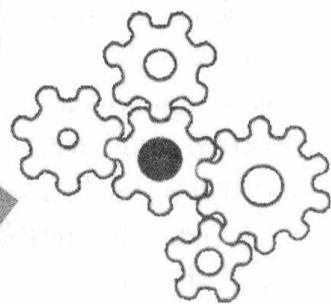
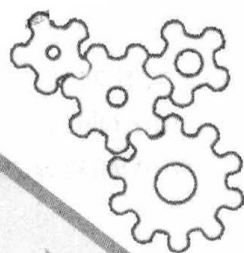
新世界出版社
NEW WORLD PRESS

超级销售就这几招



琳达·理查德森
王磊◎译

销售员必
备第一书
xiaoshouyuan
bibeidiyishu



PERFECT SELLING

图书在版编目(CIP)数据

超级销售就这几招 / (美) 理查德森著; 王磊译. — 北京:
新世界出版社, 2011.1

ISBN 978-7-5104-1497-8

I. ①销… II. ①理… ②王… III. ①销售 - 方法

IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 240561 号

本授权中文简体字翻译版由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司和新世界出版社合作出版。
此版本经授权仅限在中华人民共和国境内(不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾)销售。

版权由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司与新世界出版社所有。
本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

超级销售就这几招

作 者: (美) 琳达·理查德森著 王磊译

责任编辑: 连 慧

封面设计: 柏拉图设计

版式设计: 魏 华

责任印制: 李一鸣 秦光中

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京西城区百万庄大街 24 号(100037)

发行部: (010)6899 5968 (010)6899 8733(传真)

总编室: (010)6899 5424 (010)6832 6679(传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版权部: +8610 6899 6306

版权部电子信箱: frank@nwp.com.cn

印刷: 北京市业和印务有限公司

经销: 新华书店

开本: 710 × 1020 1/16

字数: 180 千字 印张: 11

版次: 2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5104-1497-8

定价: 29.80 元

版权所有, 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。

客服电话: (010)6899 8638

超级销售就这几招

《超级销售就这几招》热评如潮

这本书中的“五步法”是迄今为止我见过的最成功的销售模式。我相信琳达在书中所给出的建议可以作为一位销售人员每天实用而且实际的积累。如果一位销售人员能够借鉴“五步法”，那么他必将成为其所在的企业销售团队中的佼佼者。

——麦尔肯·芮斯

敦豪速递 全球销售总监

她是传说中的精灵，在你骑上魔毯之前就已经预见你的目的地。琳达·理查德森的《超级销售就这几招》会帮助你发掘自身头脑中的那个精灵，让你可以自己聚集客户，并且在每一次拜访中获得最大的成功。

——肯·戴利

全美董事联合会咨询委员会 首席执行官

我找不到任何一位能够像《超级销售就这几招》的作者一样伟大的销售精英。当你看到“五步法”并领会琳达的销售诀窍时，你会激动得跳起来并且拍案叫好。

——帕特·格罗斯

畅销激励图书作者 连续创业家

《超级销售就这几招》会教你利用已经拥有的条件、增强自我的意识、发挥自己的聪明才智。它很不可思议，但是一举多得。

——杰哈德·葛史汪德纳

《销售力》创始人出版商

《超级销售就这几招》明确阐述了完整的销售架构以及一系列销售行为准则,它们是实用的、全面的、有效的。

——詹姆斯·雅各布森

回声星通信公司(美国第二大卫星运营商)

销售副总裁

琳达·理查德森其他有关销售的书涉及并包含了成功销售的各个方面及因素。《超级销售就这几招》则触及销售的关键——客户拜访。就如同舞台上大幕拉开,聚光灯亮起那一刻,长时间的准备、演练和策划都将有一个结果——或者马到成功,或者付诸东流。成也萧何败也萧何。这是一本所有关注销售的人的必读手册。

——迈克尔·凯伊

Clear Light Partners 行事股东

感谢艾米莉和迪伦

无尽完美

如常人一般说话,如智者一般思考。

——亚里士多德

前 言

我们都喜欢沿着河岸散步。有时,我们会看到船夫的桨划破宁静的水面,那时,他们已经和船融为一体。船夫说,想成为优秀的尾桨手是一辈子的事。

回顾一下在您的职业生涯中经历过的客户拜访。您是否能够从中选出一次堪称完美的拜访呢?如果不能,那或许是因为您做销售的时间尚短,抑或是因为您的公司没有对您进行充分的培训。

与琳达·理查德森相似,我从事销售行业已经 30 多年了。我曾经在欧洲以及美国培训过 10000 多名销售人员,并且出版了 18 本关于销售的书籍。我有过那些可以说是我人生中最不堪回首的销售经历,但是我从未因此而怀疑一个观点:只要方法正确,销售其实是非常容易而且轻松的一件事。那么怎么做呢?琳达的书会告诉您。

玫琳凯·艾施曾经对我说:“大多数人在尚未奏起他们人生的乐章时就已经死去。”我们相信每个人出生时都带着属于我们自己的乐器。某些人拥有一架钢琴,某些人拥有一套架

子鼓,而某些人则带着他们的单簧管。找到最适合自己的乐器是我们的使命,然后我们要学着用它演奏得比别人更好。

很多人会问:“销售是与生俱来的能力,还是后天培养的技能?”这是一个没有意义的问题。我们都是出生后不断受到各种的影响,才成为此时此刻的我们。如果要问,这个问题应该是:我如何能够把现在的我变成这个圈子里的高手?相对于先天条件很好但是后天不努力的销售人员来说,那些天赋不佳,却对销售充满热情的人更可能获得成功。很多人抱怨:“如果我先天条件再好些,我会花更多的时间来发挥我的特长。”其实这些就是玫琳凯·艾施所说的那些注定在死去时还未能奏起他们人生乐章的人。

我们再看一看船夫。只拥有一只桨是无法使船前进的。如果说通过训练而逐渐提高的天赋是一只桨,那么另外一只则是要清楚地了解自己。两只桨的同步一致才能够使船前行。

《超级销售就这几招》是帮助我们利用已有的条件。它会强化您在客户拜访时的销售意识,会帮助您发挥个人的特点以及发掘新的客户并且巩固客户关系。这就是完美,很不可思议却一举多得。

杰哈德·葛史汪德纳
《销售力》创始人兼出版商

引 言

2006年7月，当琳达·理查德森邀请我担任 Richardson 的总裁兼首席执行官时，我欣然接受了。我与我们的公司一起成长并且热爱我们的工作。1992年，我作为首席财务官加入 Richardson，担任这个职务大约10年之后，我成为了公司执行副总裁并主管客户关系。接受这个新角色之初，我记得与琳达进行过讨论。她认为我具备所有应有的条件——天分、坚实的技术背景、立体的战略思维、经验、干劲以及忠诚。她给了我和她一起工作的机会，参与到最终也是最实质的部分——执行和掌握实实在在的客户拜访。

我的自尊受到了打击，加入 Richardson 之前，我做了10年的注册会计师。她对我那些年的努力工作有怎样的评价？为何对于我在 Richardson 的14年只字不提？琳达觉察到我的不满，就不再继续这个话题了。

我前几次的客户拜访还算不错，但是我知道并没有达到自己预期的效果。就在那时我意识到所谓与生俱来的能力和

我的经验没有足够支撑我获得成功。

“反馈”是 Richardson 的一种工作方式,所以我找到我的“老师”。琳达和我把注意力集中到我将要面对的一个重要机会上。当时我已经在客户关系和技术方面做了准备,但是我依旧感觉不够理想。几天来,我们在为这次即将到来的重要拜访积极备战的同时,也在摸索客户拜访本身的条理性。当我开始回顾之前的工作时,我发现最大的问题并非在于不知道客户拜访中所要实现的目的,而是每次伴随着“啊——”这样一声感叹的出现,我都会发现尽管我经验丰富,但是我依旧有很多东西要学习。

在客户拜访的当天,我仿佛在脑中展开一张清晰的图纸。我从来没有如此充分的准备。拜访期间,我就如同在导演一部电影。事实上,我在教自己做事情。我知道我要做什么,然后就能做到。那次客户拜访的最后,我们赢得了 30 年中具有历史意义的一单生意。

我成为了琳达的忠实崇拜者!但更重要的是,我不仅明白了我们都有与生俱来的天赋,就像琳达一样,还明白了这些天赋需要训练和培养。《超级销售就这几招》可以完善您的客户拜访,它的每一页、每一课都在教您迈向优秀销售之路。最重要的是您的意识会得到加强并且获得一种自信。读过之后,您会成为自己的老师,并且将继续不断地学习。

大卫·迪斯泰法诺

为何选择这本书？

在与全球一流的销售团队合作了超过 25 年的过程当中，我很荣幸地为数以万计的销售人员做过培训，同时也见证过无数的销售人员带着他们的聪明才智与热情投身到事业当中。然而，我也看到了阻止这些销售人员实现完美销售的原因所在。这本书达到了几十年来关于销售方法研究的一个顶点。它总结了销售人员如何能够在结束客户拜访时就知道自己表现得很完美，而不仅仅是完成事务性的工作；知道自己进行了一次成功的拜访，并且单子已经到手了。

《超级销售就这几招》应该被视为一种标准和准则，而不仅仅是那些渴望“做到最好”的职业销售人才做的额外的功课。

“一天结束的时候，应该也是销售人员和客户达成一致的时候。”

——约翰·里德

花旗银行前主席

目 录

前言 / I

引言 / III

为何选择这本书? / V

步骤一:联系 / 013

步骤二:深入挖掘 / 047

步骤三:利用资源 / 079

步骤四:解决问题 / 099

步骤五:采取行动 / 119

做好迅速而绝非一般的准备 / 137

你的计划 / 149

众所周知，想要成为销售高手需要与生俱来的天分，更要后天加倍的努力。一位成功的销售人才不仅仅需要市场、战略、技术、贸易等各个方面的知识作为基础，还要跟得上技术的革新与发展，具备迅速获得准确信息的能力，有实现销售的自我驱动力以及协调管理团队运作和发掘利用资源的本领。但是我坚定不移地认为——相对于其他各个方面的因素来讲，尽量改善并有效地抓住每次客户拜访的机会才是最重要、最快捷和最关键的。

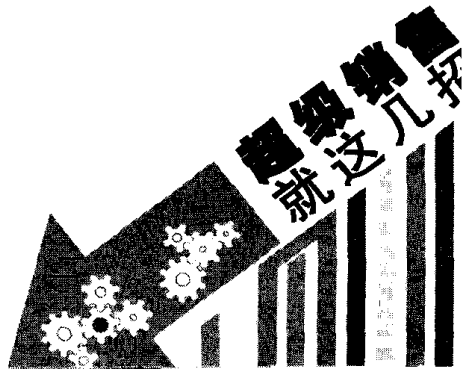
言行既出，已分胜负！

客户拜访非常重要！

最终能够签单与否取决于与客户谈话和沟通的质量。销售人员需要结合自己的知识、经验、前期准备、手头资源、敏锐的商业嗅觉和销售策略才能实现有效沟通。

以销售为目的的客户拜访不同于普通的聊天。二者的区别在于，聊天是非常随意的，而客户拜访是非常严肃、认真的。拜访中的交谈必须有明确的方向和目标。而且为了最终实现目标，销售人员必须要占据主动并且引导交谈的继续和发展。

与客户面对面的时间很宝贵，它是否被有效利用取决于



销售人员本身。你可以事先做好一份计划,明确自己需要做的事情和需要表达的内容,也可以随机应变。一般情况只有两种,要么你引导谈话的发展,要么你处于被动。当然这并非是说可以抛开实际情况不顾而完全控制谈话的发展方向。整个拜访应该是既自然灵活,又遵循计划并被你掌控。只要方向是对的,你甚至可以顺其自然一些。

五步法

在跨入客户办公室那一刻,肾上腺素的加速分泌会导致你出现一定程度的自然紧张。然而当谈话开始时,你首先需要做两件事情:参与到谈话中去并且引导谈话。我亲眼看到过有些销售人员为此而犯难,他们当中多数人很难同时做到在客户面前既引导谈话,又参与到谈话中去。

当亚里士多德说出“如常人一般说话,如智者一般思考”时,他把思考和说话分成了两个独立的部分,这也正是本书所要阐述的。由于谈话中总是一方对另外一方产生影响,所以我把谈话的发展和谈话内容本身加以区分。针对谈话的发展,我把谈话分成了5个步骤。如果这5个步骤可以被有效地运用到谈话中去,你就可以充分发挥,从而将谈话过程中的每一秒的作用最大化。拜访时不需要明确5个步骤,你却

