

★ ★ ★ ★ ★

在创造财富的道路上，业务员也许是  
**最有实力的领跑者**

XIAOSHOU GUANJUN  
KUAISU CHENGJIAO BILU

赵 华◎编著

# 销售 冠军

成功销售速成技巧

## 快速成交

## 笔记



**要想成为成功的业务员就必须先经营自己!**

**世界上80%的富豪都曾是业务员**

为什么有人总是认为自己的工作既辛苦又没有意义？因为到现在他还没有发现，他所从事的职业是一项多么伟大的事业！那么，业务员若想取得事业的成功，到底应该如何去思考，如何去行动的？

 中国纺织出版社

在创造财富的道路上，业务员也许是  
最有实力的领跑者

# 销售 冠军

成功销售速成技巧



## 快速成交 笔记

XIAOSHOU GUANJUN  
KUAISUO CHENGJIAO BILU

赵华O编著

要想成为成功的业务员就必须先经营自己!

中国纺织出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

销售冠军快速成交笔记/赵华编著.

—北京:中国纺织出版社,2010.11

ISBN 978-7-5064-6787-2

I. ①销… II. ①赵… III. ①销售学 IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第169204号

---

策划编辑:苏广贵 责任编辑:赵东瑾

责任印制:刘 强

---

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:[faxing@c-textilep.com](mailto:faxing@c-textilep.com)

北京振兴源印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2010年11月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:14.5

字数:180千字 定价:29.00元

---

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



## 前 言

《圣经》上有这样一个故事：上帝要约拿到尼尼微城去传教，但约拿最初却逃避了这一使命，认为自己做不到，便企图乘船远去。

销售业务员，作为经济“大战场”中重要的生力军，在现实工作中不是也像约拿一样经常有这样的困惑：虽有一种更好地完善自己的欲望，一种想使自己的潜力充分发挥的冲动，但事实上却往往害怕自己做不到。这种阻碍销售业务员成长和发展的东西就叫做“约拿情结”。

为什么人会有这样令人烦恼的情结？为什么有人总是认为自己的工作既辛苦而又没有意义？因为到现在他还没有发现，他所从事的职业是一项多么伟大的事业！

“七十二行，行行出状元”，这样的道理确实是指引人们成功的真理。因此，谁要想成长为卓越的销售业务员，首先他必须认识到推销是一项伟大的事业。

其实，选择将销售作为自己职业的人，他们就已经站在了成功人生的起点上。因为进军销售事业的人，往往是最优秀的商业人才。世界上80%的富豪都曾是销售业务员，而由销售业务员做起逐渐被擢升为企业领导的人物，更是不可胜数，也许有人不太相信，但事实确是如此。可见，在创造财富的道路上，销售业务员也许是最有实力的领跑者。



但是,这些已经取得成功的销售业务员并非命中注定就是销售行业的精英,他们也是在身经百战之后逐渐走到事业的辉煌。换句话说,要想成为成功的销售业务员就必须先经营自己,掌握快速成交的技巧和方法,树立强烈的竞争意识,主动出击,抓住一切机会完善自己,使自己具备成功销售业务员的素质。

那么,若想取得事业的成功,销售业务员到底应该如何去思考,如何去行动的呢?这些问题的答案您都能够在这本书中找到。朋友们,现在就让我们一起来分享书中蕴涵着的宝贵的销售经验和切实可行的销售方法吧,相信您将“不虚此行”!

编者

2010年8月



## 成交笔记之 ① ——拥有基本概念

- 1 / 事业不等于工作
- 3 / 聪明的业务员因有备而“无患”
- 4 / 学习新知识和新技巧
- 7 / 耐心是基本素质
- 9 / 做业务需要诚信
- 10 / 对产品要充分了解
- 12 / 不要过于强调自我
- 14 / 推销是个双赢的过程
- 15 / 用热情打动别人
- 17 / 树立良好形象
- 19 / 成功需要自信
- 21 / 坚持不懈是基本素质
- 22 / 保持积极的成交心态

## 成交笔记之 ② ——发现潜在客户

- 25 / 谁是潜在客户
- 28 / 寻找潜在客户的原则



- 30 / 在内部发现潜在客户
- 31 / 在外部发现潜在客户
- 32 / 地毯式访问法
- 33 / 中心开花法
- 35 / 个人观察法
- 36 / 寻求外部帮助
- 37 / 不要小看广告媒介的力量
- 38 / 资料查阅的方法
- 41 / 连锁介绍的方法
- 43 / 会议寻找的方法
- 43 / 发挥市场咨询的作用
- 45 / 客户资格鉴定
- 51 / 做好客户的资料管理

## 成交笔记之

## 3

### ——接近客户有技巧

- 55 / 做好接近客户准备的重要性
- 58 / 个体潜在客户的接近准备
- 61 / 团体潜在客户的接近准备
- 64 / 现有客户的准备工作
- 65 / 接近客户的6种技巧
- 69 / 事先约见的作用





- 71 / 约见客户的内容
- 76 / 4种约见客户的技巧
- 80 / 引起客户的注意

## 成交笔记之 4

### ——做好产品介绍

- 85 / 了解产品特点
- 87 / 用产品说话
- 88 / 示范可以激发客户的兴趣
- 93 / 站在客户的立场介绍产品
- 95 / 不要过于夸大产品的价值
- 96 / 尊重竞争对手的产品
- 97 / 借势推销
- 99 / 不要用一成不变的推销方法
- 100 / 使用专业的辅助性材料
- 102 / 适时向客户求教

## 成交笔记之 5

### ——把握客户心理

- 105 / 把握客户心理有规律
- 109 / 温暖地掩饰客户的借口
- 110 / 避免为细节所困





- 111 / 善于消除客户的警戒心
- 113 / 与客户同步思维
- 115 / 不要被客户牵着鼻子走
- 117 / 适当的说出产品的缺点
- 119 / 因人而异,有的放矢

## 成交笔记之 6

### ——运用情感法则

- 123 / 让客户感觉到“我很重要”
- 126 / 确切把握客户的情绪
- 128 / 不要忽视客户的感受
- 129 / 不说有损客户的话
- 131 / 切忌与客户斤斤计较
- 131 / 成交并非工作的结束
- 133 / 不被发火的客户所左右
- 137 / 逐步促进客户购买
- 139 / 善用感情攻势
- 141 / 送客户合适的礼物

## 成交笔记之 7

### ——注重沟通方式

- 145 / 以微笑为沟通武器
- 146 / 良好的肢体语言





- 147 / 如何找到共同话题
- 149 / 善于举例子
- 151 / 赞美客户的讲究
- 153 / 会说更要会听
- 156 / 对待拒绝要诚恳
- 158 / 引导客户说“是”
- 159 / 说话的措辞要得体
- 161 / 要将推销演说变得有说服力
- 163 / 抓住推销重点
- 165 / 巧妙拒绝客户
- 167 / 电话沟通讲策略
- 170 / 促成交易的话语有讲究

## 成交笔记之 8

### ——处理客户异议

- 175 / 推销是从被客户拒绝开始的
- 176 / 正确认识客户异议
- 178 / 处理客户异议的态度
- 180 / 消除客户异议有序可依
- 183 / 选择最佳时机处理客户异议
- 185 / 避免争论和冒犯客户
- 186 / 处理客户异议的策略
- 190 / 如何应对“让我考虑考虑”的说法



- 192 / 如何应对“太贵了”的说法
- 194 / 如何应对“我得和家人商量商量”的说法
- 195 / 如何应对“我好朋友就是干这个的”的说法

## 成交笔记之 9

### ——努力促成交易

- 197 / 善于创造客户需求
- 200 / 从容应对意外情况
- 202 / 引导客户作出决定
- 203 / 轻松应对客户的寻根究底
- 205 / 如何捕捉和判断客户的成交信号
- 208 / 一定要妥善收尾

## 成交笔记之 10

### ——用好成交技巧

- 211 / 试用成交法
- 212 / 异议成交法
- 212 / 选择成交法
- 214 / 直接成交法
- 216 / 从众成交法
- 217 / 假定成交法
- 219 / 让步成交法
- 221 / 承诺成交法

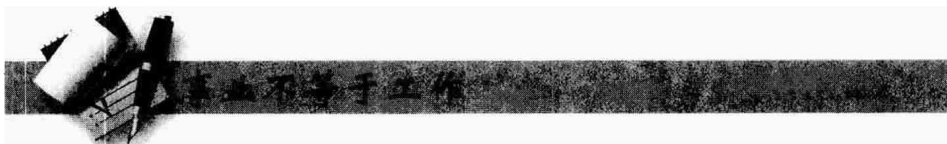




# 成交笔记之 1

## ——拥有基本理念

理念,就是行为最基本的原则和指导思想。具体行动的每一步都是按照这种原则的指导去进行的。做销售工作也是一样的,需要拥有基本的理念以规范行为。



世界上的每一个人都在祈求有一天自己能够成功。每一个人都曾有过种种伟大的梦想:成为一个创业家,成为叱咤风云的市场主宰者之一,成为一个君子式的巨富……多好的梦想!其实这就是他职业生涯的开始。如果想当冠军业务员,但还认为自己作为一个一线业务员是一件很痛苦的事情,只是为了自己能够吃饱穿暖的话,那么你该醒醒了。推销是事业不是工作,有多少业务员因为自己的问题,不能站在那么多希望得到更多产品、更好服务的消费者面前侃侃而谈,更不能享受那种因为自己的存在而让更多的人生活得更舒适的成就感。可是,有一天他成了冠军



业务员,那么他在人们心目中就和温斯顿·丘吉尔一样神奇而充满魅力了。

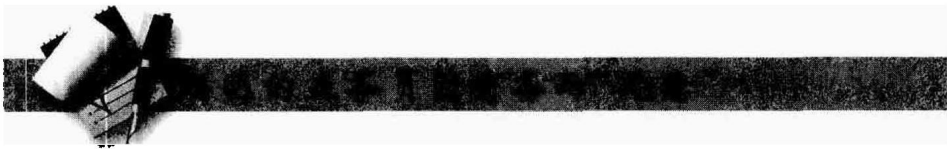
想成为冠军业务员吗?那么首先要记住的是,你从事的销售或者说推销,并不是用来果腹的简单工作,而是一项帮助你登上成功高峰的事业,是一项伟大的事业!

有人说销售业务员是贩卖幸福的人。其实,幸福本来不是商品,不可以贩卖,但是如果你是一个业务员,你可以通过让需要的人购买你的产品,让他们生活得更加幸福。试想一下,是你,让一个容貌不够美丽的女子变得迷人;是你,让一个盲人可以自由地行走,感受世界;是你让被钢筋水泥束缚的小孩子拥有一个自由的童年……这是一个多么让人幸福的事业!因此,你,就是那个“贩卖幸福”的人!而你自己也是一个真正幸福的人。

业务员是一个美妙的职业。从你开始你的事业生涯时,你的工作就不会像其他的职业那样单调,日复一日。你会发现你每天都会遇到不同的人、不一样的事情,每一天都要将幸福送出去,每一天都会有新的东西等你去了解,去学习,去获取!简单地看来,似乎很底层的业务工作至少可以让你在每一天都看见自己的进步,通过自己的努力获得成就,这些果实会逐渐明确地呈现出来。因此在这个舞台上,你可以看见自己的最佳表现。此外,由于接触到多种多样的人,你平时会自动地积累方方面面的知识,厚积薄发,这些资本日后就是你成功或者晋升管理层的基石!

现在,请大声告诉世界:“我是一个业务员,我是一个从事伟大事业的人!”一定要从自己的内心感受到这份事业的伟大,并且记住,你成功的第一步已经迈出!





俗话说：凡事预则立，不预则废。业务员做业务也是一样，绝不能打没有准备之仗。现在，让我们来看看聪明的业务员在推销之前需要做哪些准备工作。

聪明的业务员善于从潜在客户身上发现尽可能多的信息，例如潜在客户的生活习惯、家庭、兴趣、爱好、需要、渴望、喜欢什么、不喜欢什么以及一切有关的信息。有了这些，聪明的业务员就能够摸准客户的“病情”，对症下药了。

当进入销售阶段之后，聪明的业务员由于事先已经做了充分的准备，因此很快就能指出客户的问题所在，让他们说出自己的渴望、要求、需要，甚至是伤痛，然后向客户提供解决方案，提供能够“治疗”这一切的“药方”。也正是因为聪明的业务员事先做了认真的准备，所以客户很容易就接受他提出的解决方案，不需要他做很多工作，就会毫不迟疑地与他达成销售意向。这是最好的推销方式之一，它会使客户顺从业务员的意愿，使双方获益。此外，这种有准备的推销也能为业务员赢得名誉，为业务员带来连锁推销。

出去拜访时，聪明的业务员一般都随身携带下列物品：手帕、手表、皮包、打火机、名片、小梳子、记事本、身份证等。

这些物件对业务员来说，都是极具重要性的辅助用具。但是有一些业务员却往往以为这些辅助用具微不足道，好像可有可无。有一位业务员出了这样一个笑话：那是在一个大热天，他去一家公司推销，因为忘了



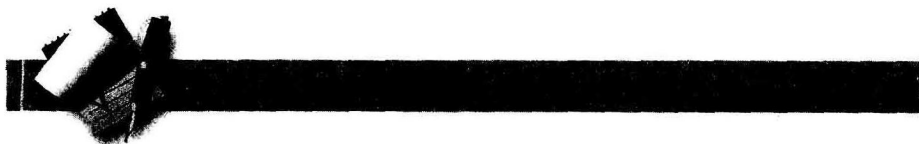
携带手帕,脸上出了大把的汗也无法擦拭,该公司的一位女职员看不过去,就递了面巾纸给他,使得这个业务员惭愧得半天说不出话来。另有一个业务员更可笑,当要向客户告辞时,像蚊子叫似的不好意思地嘟囔道:“对不起,可不可以借我一点钱搭车回去?”

这样的情况无疑会使业务员的努力大打折扣,甚至适得其反,从此失去潜在的客户。

还有一些比这种情况更严重,他们甚至连最重要的东西都可能忘记,譬如有些为商讨图样而来的业务员,甚至把图样都忘在自己的公司里;某些业务员在成交签单时突然发现忘了带订货单;有的业务员在前去说明并示范机器的使用时,忘记携带样本或说明书。这和士兵打仗不带武器有什么区别呢?又怎么可能打胜仗呢?

在与客户初次见面之前,最好预先打一通电话沟通一下意见,约好了时间和地点再去拜访。倘若在客户向你索要什么物件时,你如此回答:“啊!对不起,今天没带来,这样好了,我立刻给你送来好不好?”那么客户也许就因为你预备不充分而拒绝你。或许你以为:对于普通的客户,初次会面时不至于谈得那么详细,那你就错了。即使你以前的客户是那样的,你又怎能担保以后的客户也是这样的呢?

所以要永远记住:对于业务员来说,“有备”才能“无患。”



随着知识经济的兴起,光凭借总结他人的经验和积累自己的经验是远远不够的。要想当销售冠军,必须要不断地获取新的知识,这才能保证



★ ★ ★ ★ ★

自己与社会同步。既然你是一个需要每天接触不同的人或者不同产品的业务员,因此你必须有一个广阔的知识平台。很多技术性、专业性强的东西,你不一定要深入了解,但是你不能完全不了解。否则,会让客户因为发现你在相关领域所表现出来的无知而轻视你。

现在,由于 IT 等高科技产业的兴起,越来越多的公司在招聘业务员的时候已经根据自己产品的科技含量要求业务员要有不同程度的专业知识,而且在科技含量高的产业与科技含量低的产业中这个差距越来越大。或许一个负责洗衣粉的业务员是不需要太高深的化学方面的知识的,他只需要知道这种洗衣粉能不能洗干净衣物,能洗干净到什么程度,对人体有没有害,为什么有或者没有害处就够了。但是在 IT 行业,或者其他高科技领域,特别是在一些知名的公司,没有大学学士学位,是做不了业务员的。比如,全球有名的惠普公司,其计算机产品线的业务员通常是要求有管理或财务方面的学位的;Clorox 公司则希望他们的业务员拥有学士学位,不过不局限于某一个专业。

网络的产生使知识的传播越来越快。如果你不主动去寻找新的知识,而你的客户可能已经在网上查到了最新的资料。当被问及你们的产品和最好的产品有多大区别的时候,你哑口无言,只能让客户认为你不够专业,更不会轻易相信你的产品。因此,你不能仅拿着自己的产品就开始长篇大论的介绍,相对于你的客户而言,你应该是这个领域的行家,所以你应该很清楚这个领域的最新动态。

都说“活到老,学到老”,但是很多人往往认为这只是那些做学问的人的事情,自己不需要专门抽时间去学习。如果你也是这样想的,那么你现在必须把这种错误的想法从你的头脑中赶走!只有不断被新的知识充





实的人才会拥有自信的不竭源泉,才不会被时代所抛弃!

知识的积累能够使你在业务上更加娴熟,也会使你在心智上更加成熟。这些积累可以使你像那些优秀的前辈一样,对于产品有一个优秀业务员所特有的敏锐直觉。不过如果你还能在工作中以及平时的生活中多留心,再学习一些新的技巧,那将使你更加受益匪浅——因为它们对你的潜移默化,必定能使你拥有一个冠军业务员对于市场准确把握的直觉!

要想成为一个卓有成就的业务员,不仅要让自己的知识赶上时代的步伐,在能力上,尤其是工作必需的技巧上,也要与时代齐头并进。但是这其中最重要的却是如何掌握学习新的知识和新的技巧及方法。下面的方法,如果你能够熟练运用,那么,相信你的素质和水平一定会逐渐得到提高,从而赢得竞争的优势!

第一,你必须确定自己学习的最高目标和最低目标,并且根据学习的计划制订达到目标的时间表。这其中,可能包括掌握一本入门书籍或学会听懂专业术语的日期,在这期间你还要能够用你新学会的技巧和别人打交道。也就是说你要能够迅速地将这些东西消化,变成自己的东西并且在实践中灵活运用。

第二,你必须根据你的目标来衡量自己进步的程度。你可以寻找一些有关工作技巧的说明书、操作标签及标题,并且估计一下你在回答有关入门书中的问题时的情况会如何。其实,如果你有时间的话,参加一种有关技巧的资格认证,或者一门相关课程,也是不错的选择。课堂上的环境更有利于你对新知识和新技巧的学习。

第三,学习任何东西的时候你都必须精力集中。学习任何一门技巧都要求你必须具有非同寻常的集中注意力和持久坚持的毅力,特别在年

