

A daily
sales class

每天一堂
销售课



每天一堂 销售课

A daily sales class

谭慧 黄克琼编著

图书在版编目(CIP)数据

每天一堂销售课 / 谭慧, 黄克琼编著. —北京:
新世界出版社, 2011.1

ISBN 978-7-5104-1210-3

I. ①每… II. ①谭… ②黄… III. ①销售学
IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第259183号

每天一堂销售课

作 者: 谭 慧 黄克琼

责任编辑: 杨艳丽 梁素娟

责任印制: 李一鸣 黄厚清

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京市西城区百万庄大街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: +86 10 6899 6306

版权部电子信箱: frank@nwp.com.cn

印刷: 北京中印联印务有限公司

经销: 新华书店

开本: 710×1000 1/16

字数: 314千字 **印张:** 20.75

版次: 2011年2月第1版 2011年2月第1次印刷

书号: ISBN 978-7-5104-1210-3

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

前言

不久前，王经理安排销售员小李去开拓浙江市场。因为这是一块大市场，所以临行前王经理对当地购买力、消费者购买习惯、消费心理、竞争状况到销售策略，无一不进行了详细的分析，甚至还将自己的销售心得、谈判技巧都传授给小李，并进行了多次模拟演练。

直到小李掌握得非常娴熟了，王经理才放心地让小李上路。

但是，半个月后，王经理却等到小李这样的回答：“经理，由于浙江市场有很大价值，所有的竞争对手都在浙江部署重兵，我们公司产品的价格偏高，知名度也不响，经销商一听我们的报价，立即就把我轰出来了。”

自己劳心劳力地帮着分析市场，多年来的销售技能也毫无保留地传授给小李，不应该是这样的结果啊！王经理十分沮丧，最想不明白的是，小李没有成功开拓市场，回到公司却没有一点不好意思，还振振有词！问题究竟在哪里呢？

实际上，问题的关键是，再多的技巧也抵不过懈怠的心态。销售考验的不仅是技巧，还考验销售员的心态。这种只会找借口的心态怎么可能打赢销售大战呢？光有技巧不行，光有心态也不行，必须将二者结合在一起，才能天下无敌。

要想成为顶尖的销售员，必须经过3种境界：

第一种境界：如坐云雾——蛮干。

这个阶段是最能考验、锻炼销售员的阶段，也是淘汰销售员最多的一个阶段。

前言

坚定信念、勇于实践、不怕苦累、不怕困难，对这个阶段的销售员来说显得尤为重要。此时，销售员只是把销售看成是自己的一份“作业”。

第二种境界：柳暗花明——会干。

经过了第一阶段的痛苦磨砺，业务慢慢开始顺手了，销售工作逐渐进入正轨。

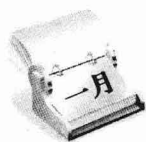
在这一阶段，销售员已懂得实践对销售的重要性，有了销售工作的成就感，逐渐开始喜欢销售工作。此时，销售员已经把销售工作看成是自己的一份“职业”。

第三种境界：豁然顿悟——巧干。

这一阶段，销售员要明白熟能生巧的道理，要善于实践、善于学习、善于思考总结、善于提升，只有这样才能出人头地。销售员这时多已不自觉地吧销售工作看成了自己的一份“事业”。

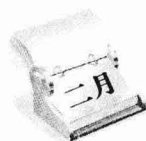
本书就是从销售员的心态、内在素质修炼、销售心理、销售技巧、销售管理、销售博弈等方面入手，详细阐述成功销售的各个环节。对于广大管理人员和销售员来说，既是一本实战的指导书，又是一本入门的必读书。

这本书浓缩了众多销售精英的成功之道，内容涵盖销售领域的各个方面，希望本书能给读者带来不一样的惊喜，让大家的销售能力得到提升，有一个自己满意的业绩和收入。



影响力修炼

第一周	阳光心态	2
第二周	气质修养	7
第三周	职业素质	12
第四周	销售礼仪	17
影响力修炼		22



销售口才的锤炼

第一周	给客户一个印象深刻的开场白	25
第二周	成功越过沟通障碍	31
第三周	会听会问，挖掘客户的真实意愿	38
第四周	突破客户的心理薄弱点	43
如何提升销售员的口才		48



博弈销售

第一周	想钓到鱼，得像鱼一样思考	50
第二周	左右脑博弈，用你的全部智慧赢取订单	58
第三周	智慧博弈，攀上销售的顶峰	65
第四周	做博弈达人，让客户埋单时有赢的感觉	71
如何提升博弈销售能力		77



情感销售

第一周 销售，从交朋友开始	79
第二周 掌控客户的微妙心理	85
第三周 多一点人情味，多一点成交机会	91
第四周 成交在销售之外，建立牢固的关系盾	96
情感销售的十二个步骤	102



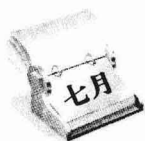
营销心理

第一周 产品畅销中的心理学密码	105
第二周 定价定天下——让顾客感觉物超所值	112
第三周 促销——进一步激发顾客购买欲	118
第四周 氛围销售，制造有利于销售的环境	124
如何寻求有创意的销售技巧	130



催眠销售

第一周 跟魔法师学销售	132
第二周 连“眠”不绝，让客户无法对你说“不”	138
第三周 不可思议的现场催眠购买	145
第四周 销售高手不会告诉你的催眠技巧	152
催眠式销售基本技巧	158



销售心理学

第一周 诚心：成为顾客的朋友	160
第二周 猜心：洞悉“上帝”都在想什么	166
第三周 洞察：细节里窥见的心理动向	172
第四周 捕捉：抓住客户若隐若现的下意识	178
销售心理技巧运用的四个阶段	184



成功销售四步走

第一周 做好售前准备	186
第二周 利用心理战术进行推销	191
第三周 诱降顽固“敌人”，让你的客户动心	197
第四周 化解销售僵局，让客户无法拒绝	204
成功销售的八个成功步骤	211



成交高于一切

第一周 捕鱼的成败在于“收网”的技巧	214
第二周 虎口夺单，步步为营的成交策略	220
第三周 别让煮熟的鸭子飞了	228
第四周 不要走开，成交之后还有生意	235
4个常用的销售成交方法	242



正确驾驭团队，做出惊人业绩

第一周	要“油料”，精于管理者得业绩	245
第二周	看“地图”，为销售团队导航	251
第三周	踩“油门”，资源聚焦业绩增长点	257
第四周	看“仪表”，管理绩效修正销售轨道	263
销售管理技巧		269



企业是车，大客户是轮

第一周	制定大客户发展战略	272
第二周	找到你的大客户	278
第三周	放短线钓大鱼的艺术	283
第四周	客户开发细节管理	289
如何预防大客户流失		295



销售员一定要知道的事

第一周	俯拾即是的是瑕疵——常见销售误区	297
第二周	因人销售	303
第三周	销售员要会说的五种话	309
第四周	巧用心理策略，化解客户的小心思	315
销售员必须知道的七步策略		322

一月

January

影响力修炼

第一周 阳光心态

播撒爱，让客户感受你的善良



员工课堂导读

在《世界上最伟大的推销员》一书中，作者讲述了这么一个故事。

一位名叫海菲的少年，一心想卖掉一件上好的袍子，成为伟大的商人，和自己心爱的女孩在一起。然而，最终他把这样一件对自己意义重大、十分珍贵的袍子送给了一个在山洞中冻得发抖的孩子御寒。

少年的善良本性，感动了上苍，他得到10张珍贵的羊皮卷，上面写着有关销售的所有秘诀。这10张羊皮卷使这位少年最终成为世界上最伟大的销售员，并建立起显赫一时的商业王国。

这就是爱的力量，爱是幸福的根源，爱是令你成功的最深层的动力。



课堂精讲

一名优秀的销售员，要具备的不仅是能力和知识，更重要的是人品和素质素养。有一句名言：“推销，先把自己推销出去。销售，就是卖自己。”想把自己销售出去，首先要让客户认可你，而口才和技巧是最不可靠和最难成功的寻求认可的方式，用善良感动客户获得的认可才会真实、持久。无论在什么场合、什么时候，都要记住做个善良的人。



课后总结

爱心的力量是伟大的，它是你拥有成功的最珍贵的东西。对一个销售员来说，爱是一座桥梁，能带你走向成功。

销售需要坚持



员工课堂导读

在威斯康星州某个小型农业社区，一位能干的农具销售员去拜访一位富裕的农夫，这位农夫让他下周再来。结果接连10周，这位农夫都不在家。到了第11周，这位销售员终于找到了农夫。他对农夫说：“如果你不喜欢，你不必购买我的任何产品，让我们好好谈谈吧。”

“我希望能和你真心地谈一谈。看着我的眼睛，你能看出我讲的句句是实话……”销售员详细地描述了他的产品，3个星期后，这位农夫成了他的客户。



很多销售能手所遇挫折并不比其他推销员少，但是他们仍能创造出比别人出色得多的业绩，原因就是不论遭受怎样的挫折，他们都会坚持不懈地向客户证明他们推销的商品有多么出色。



课后总结

销售的诀窍就是熟能生巧，踏踏实实做好每天的拜访。只要坚持，就算你什么都不会，当你拜访完200家客户之后，你也就什么都懂了，要坚持，多实践，这是销售高手的必由之路。

热情点燃成功



员工课堂导读

北京百货大楼著名的劳动模范张秉贵被顾客亲切地称为“一团火”，他对顾客十分热情，就像一团火一样让顾客时刻感受到温暖。



一天中午，一位女顾客气呼呼地来到糖果柜台前，张秉贵微笑着对她说：“您好，您想买点什么糖？”这位顾客连看都不看他一眼，绷着脸继续向柜台东头走去。张秉贵心想：“她一定是遇到了什么不顺心的事，心情本来就不是很好，我热情一点，也许能让她消消气。”

张秉贵一边跟着她走，一边和颜悦色地说：“最近到了一些新糖果，顾客反映还不错，您想试试吗？”这位顾客有些不好意思，很抱歉地对张秉贵说：“对不起，您不要见怪，孩子不听话，我真想狠狠地揍他一顿！”

“您可不能打孩子，教育孩子可不能这样，给他买点糖也许他会更乐意接受您的。”这位顾客彻底被张秉贵感动了，二话不说就买了二斤糖。以后，这位女顾客每次到百货大楼，都要跟张秉贵聊一会儿。张秉贵的“一团火”温暖了自己，也照亮了别人。



“只有划着的火柴才能点燃蜡烛”，只有我们自身充满热情的时候，才能感染冷淡的客户。

因此，销售员必须在自己的职业生涯中，始终保持热情，只有这样，才能获得更多的成功。



课后总结

热情就是热爱工作，充满自信，发出足够的热量，感染顾客；热情就是凡事多替顾客着想，尽量去帮助顾客。

困难让我们更强大



员工课堂导读

贝特格初入保险业时踌躇满志，可业绩一直不佳，他因此灰心丧气，打算就此放弃。一个周末的早上，他苦苦思索问题的根源，决定如果理不出头绪就干脆辞职改行。那天早上，他自问自答了这样几个问题：

1. 问题到底是什么？

有时洽谈业务，客户往往在落单前的关键时刻突然打住，说下次有时间再面谈。这些所谓的下次面谈，耗费了我的大量时间和精力，使我产生挫败感。

2. 问题的根源在哪里？

拿出最近12个月的工作记录，统计分析发现我的生意有70%是在与客户的首次洽谈中一次成功的，还有23%的生意是在第二次洽谈中才成功的，只有7%的生意需要在第三次、第四次、第五次，或更多次的洽谈之后才能成交。正是这7%的生意让我筋疲力尽、狼狈不堪。

3. 解决方案是什么？

我应该把那些需要进行3次以上洽谈的生意一笔勾掉，把节省下来的时间用于挖掘潜在客户。

经过这番思考，贝特格改变了自己的销售模式，成交额很快翻番。



如何顺利度过销售困难期，是每个销售员都要认真思索的问题。当你在销售过程中频繁被人拒绝的时候，肯定是你的销售方式出现了问题。这时候你一定要冷静，不要再盲目打电话、拜访客户了。你需要认真反思销售失败的原因。你可以先找出这一两个月内接触到的有点意向的重点客户，一个个认真分析，找出不成交的原因，然后集中精力，重点解决这些客户。经历过这样一个反思、历练的过程，你的销售能力就会得到提高。



课后总结

销售常常伴随着巨大的困难，这些困难会使销售员更强大，为销售员的下一轮挑战作好铺垫。

用微笑感染客户



员工课堂导读

销售员：“你好，我是芮西，××保险公司的销售员。”



客户：“哦，对不起，我不需要投保，我向来讨厌保险。”

销售员：“能告诉我为什么吗？”

客户（提高声音，显得有些不耐烦）：“讨厌是不需要理由的！”

销售员：“听朋友说您在这个行业做得很成功，真羡慕您。如果我在我的行业也能做得像您一样好，那该多好。”

客户（态度略有好转）：“我一向是讨厌保险销售员的，可从接到你电话的那一刻起，我感觉你一直在对我微笑，是这样的吗？好吧，你就说说你的保险吧。”（事实也正如这位客户所感觉的那样，这位业务员从拿起电话时就一直保持微笑。）



故事中的客户并非真的讨厌保险，而是不喜欢销售员。在交谈中，这位销售员始终注意保持微笑，因为她知道微笑可以通过电话传递给客户。

微笑着打电话能给你们谈话营造一个积极的谈话氛围。即使对方看不见你，也会被你欢快的语调所感染，有利于交易的顺利进行。



课后总结

微笑是一种温暖，是一种鼓励，客户会被销售员的微笑感染，从而接受商品。

第二周 气质修养

好形象让客户对你产生好感



员工课堂导读

8月一个炎热的上午，一位钢材销售员走进某家制造企业的总经理办公室。这个销售员身上穿着一件昨天就穿过的衬衫和一条皱巴巴的裤子，含糊不清地说：“早上好，先生。我代表阿尔巴尼钢铁公司。”

这位总经理问：“你代表阿尔巴尼公司？听着，年轻人，我认识阿尔巴尼公司的几个高层人员，你没有代表他们——你错误地代表了他们！”



销售员的形象包括仪表服饰、言谈举止等。销售员的形象是个人综合素质的体现，需要不断地修炼和学习。一个优秀的销售员在与客户交谈时，会给对方留下一个良好的形象。



课后总结

销售员打造形象时需要注意以下细节：

1. 头发要整齐，不能太出格。
2. 男士应该面容干净，女士要淡妆。
3. 男士最好是西服领带，皮鞋要干净；女士不能穿超短裙和短裤，也不能穿拖鞋。
4. 言谈举止要落落大方，不卑不亢，彬彬有礼。
5. 在和客户谈生意时要有一个体面的业务包，不需要多么豪华，但一

定要整洁干净，装得下产品资料。有的销售员提个塑料袋就上门谈业务，客户的感受可想而知。

6. 销售过程中能带样品的一定带样品，不能带样品的一定要有非常漂亮的产品图片和资料，最好能把专业知识通俗化，让客户一看就明白。

赞美，让客户不由自主地产生好感



员工课堂导读

小姜对客户方的总经理说：“张总，我听说贵公司的家具质量相当好，特地来拜访一下。您是本市十大杰出企业家之一，在这么短的时间内取得如此辉煌的成就，真是太了不起了。”

张总听后，心里很高兴，于是向小姜介绍了公司的产品，在交谈中还提到自己艰辛的奋斗历程，后来又领小姜参观了他的工厂。在上漆车间里，张总拉出几件家具，向小姜炫耀那是他亲自上的漆。

小姜将手中的饮料倒了一点在家具上，又用一把螺丝刀轻轻敲打，总经理很快制止了他的行为。还没等总经理开口，小姜说：“这些家具造型、样式是一流的，但这漆的防水性不好，色泽不柔和，并且容易剥落，影响了家具的质量，您看是不是这样？”

张总连连点头：“是啊，最近听说有家公司推出一种新型油漆，但并不了解，没有订购。”小姜连忙从包里掏出一块刷了漆的木板，把它放在身边的水池里，然后介绍说：“如果待会儿木板没有膨胀，就说明漆的防水性很好，如果用工具敲打，漆不脱落，放到火上烤，漆不退色，就说明漆的耐用性很好。”于是，这家公司很快就成了小姜公司的大客户。



小姜通过赞美对方，先让客户对自己建立好感，然后通过产品展示引导客户进行理性思考，于是，客户很自然地接受了小姜的建议。就这样，小姜争取到了这家客户，达到了销售产品的目的。