

超值金版
29.00

揭示销售的核心秘密 · 提升业绩的高效法则

销售细节 大全集

销售靠订单说话，销售员靠业绩生存

XIAOSHOU XIJIE
DAQUANJI



对于销售员来说，销售不仅仅是卖产品这么简单，它是在卖你的人品，卖你的能力，卖你的智慧，卖你的技巧，卖你的口才。一句话，卖产品就是卖自己。正确的销售技巧将决定你的行为，良好的销售技能将成就卓越的销售业绩，卓越的业绩又会让你的职业生涯保持常青。

销售细节 大全集

销售靠订单说话，销售员靠业绩生存

赵彦锋 ◎ 主编

 企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

销售细节大全集 / 赵彦锋主编. —北京:企业管理出版社, 2011.1
ISBN 978-7-80255-718-5

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 221967 号

书 名: 销售细节大全集

作 者: 赵彦锋

责任编辑: 尤 优

书 号: ISBN 978-7-80255-718-5

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68701719 发行部 68467871 编辑部 68414643

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 河北固安保利达印务有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 185 毫米×260 毫米 16 开本 25 印张 500 千字

版 次: 2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 29.00 元

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换

前言

选择销售就是选择成功

据统计，我国目前至少有6500万名销售员，活跃在社会的各个行业中。这个数字不仅说明销售员队伍的庞大，恰恰也说明了销售工作确实是一个可以为人们提供广阔发展空间的职业；是一个可以实现自己人生价值的职业。没有任何一个行业，能够比从事销售更能让人快速升迁，得到高薪了。同时快速发展的社会需要更多的销售人才，经济大潮中的企业需要真正的销售精英。

随着经济的不断发展，信息共享程度越来越高。销售已经成了企业发展和生存的命脉，销售员的工作业绩，直接影响着企业的经济效益。

每一家企业都期待自己可以拥有一支勇猛无敌的销售队伍；每一个销售员都希望自己可以成为这支金牌队伍中的先锋队员。然而，在数以千万计的销售员中，像乔·吉拉德、原一平那样的销售巨人，实在是微乎其微。绝大多数的销售员，还是在寒来暑往，顶风冒雨中辛苦奔波，但是得到的收获确实相当的微小。那么，同样是销售员，为什么就不能像乔·吉拉德、原一平那样成功呢？其实归根结底，就是在销售技巧和销售方法上存在问题。

其实，不管做什么事情，要想有所收获，就必须有所付出，敢于承担风险，敢于面对失败。要做到这一点并不困难，只要不为自己寻找借口，从自己假想的美好世界中走出来，你就能认清现实并采取行动。很多销售员总为自己的怯懦寻找借口，而正是这些借口让他们丧失了面对现实的勇气。

要想成为一名优秀的销售员，仅仅凭着对销售工作的热情是不够的。销售员还必须具备较高的、全面的个人素质。包括：良好的自我驾驭能力、准确的判断能力、高效的与人沟通的能力、灵活的应变能力等等。这些能力都不是与生俱来的，必须通过学习和实践不断的磨练和完善才能获得。

本书就是为现阶段，在销售行业上无从拓展，无法大施拳脚的销售新人和在自己的工作岗位上已经取得一些业绩，希望自己得到进一步提升的销售员朋友们度身

定做的。全书攫取的大量的具有说服力的经典实例，融入了销售行业成功人士多年销售经验的精华。对销售工作的整个过程进行全面细致的剖析，在方法和技巧上，作出了详细的阐述。全书脉络清晰，语言通俗易懂，方法技巧实用，能够切实地解决读者朋友的实际困难和工作疑惑。

任何工作都是需要从事它的人，满怀热情，不断进取才能在这个领域里做到卓越。相信本书一定会为销售员朋友们提供切实的帮助，使你在最短的时间里将自己锻炼成销售精英，帮助企业早日走出销售的瓶颈，快速地实现自己的人生价值！

编 者

2010年11月

第一篇 职业心态篇

没有任何一种人天生就注定会成功,销售员的销售技巧和能力的培养也是需要经过反复实践才能形成的。而端正自己的职业心态,是销售员从平凡迈向卓越的第一步。

目录

第1章 为自己的工作骄傲

——销售员必备的职业心态

选择销售就是选择成功	2
努力让自己成功	4
以自己的职业而自豪	5
充满热情地去工作	7
培养良好的性格习惯	9
从容地迎接挑战	10
品格是成功的前提	11
毅力是成功的资本	13
学会塑造自己的品格	15

第2章 敢去尝试才能接近成功

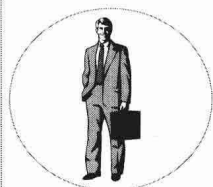
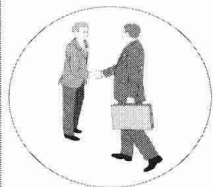
——勇敢是销售的钥匙

销售是勇敢人的事业	19
销售员就是在推销自己的勇气	21
别给自己偷懒找借口	22
坦然地面对失败	23
绝对不轻易退缩	24
努力挖掘自己的潜能	26
相信自己攻无不克	27

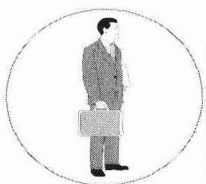
第3章 只有自信才能被别人信任

——自信是成功的基础

有信心就能有收获	30
保持自信的心态	31
自信心低落的主要原因	33



目 录



建立自信心的方法	33
抛弃乞丐心理	34
想成功就要行动	36
拥有自我激励能力	37
越吃苦,越成功	39
像销售冠军一样思考	40

第4章 有拒绝就有机会

——坦然地面对拒绝

要有被拒绝的心理准备	42
化有形拒绝于无形	43
能够承受挫折才能成功	44
有拒绝才能有动力	46
只有机会,没有放弃	47
平和的心态面对误解	49
分析客户拒绝的原因	50
能坚持就能成功	52

第二篇 职业素质篇

在销售行业中,销售员在去拜访一位潜在新客户时,已经从一开始就获得了50%的成功机会。所以,学习如何以有效的方式和他人建立良好的人际关系,是一个优秀的销售员所不可或缺的能力。

第5章 迈出成功第一步

——向客户推销自己的细节

销售需要巧干	54
销售员的微笑训练	55
销售员的坐姿要领	57
销售员的站姿要领	58
销售员的走姿要领	58
引人注目的五个方法	59
培养非凡的亲合力	61
充分的准备赢得客户的信任	62

销售员必备的26个好习惯	65
--------------------	----

第6章 “罗衫”效应

——销售员的着装细节

让自己的形象充满活力	67
塑造得体的仪表	69
整理外表的九个原则	70
整理服装的八个要领	71
穿衣打扮的技巧	72
男性销售员的着装法则	74
女性销售员的着装法则	75
销售员的形象要点	76

第7章 有“礼”走遍天下

——销售员的礼仪细节

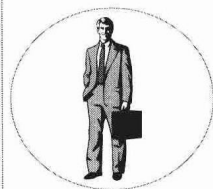
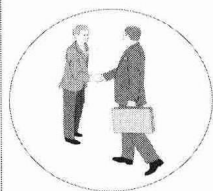
销售工作的基本礼仪	78
个人卫生的自测标准	79
名片的使用要领	80
在餐桌上显示风度	82
打招呼的礼节	83
约会的礼节	84
握手的礼节	84
使用目光的礼节	85
注意目光的焦点	86
使用电话的礼节	86
吸烟的礼节	87
喝茶的礼节	87

第8章 打通人脉就是打通钱脉

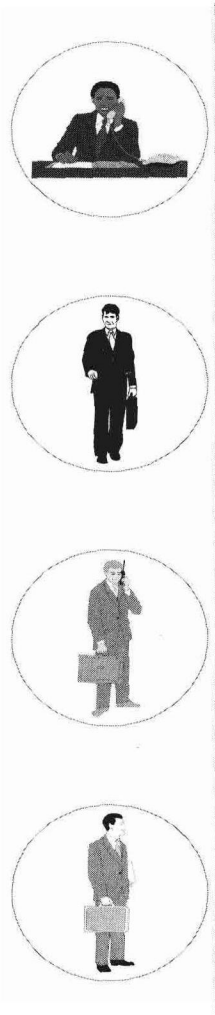
——人脉关系的开拓维护

有人脉才有钱赚	88
建立良好的客户关系	89
与客户建立友情	90
先做好熟人生意	92
利用“老乡”关系	93

目 录



目录



应用“校友关系” 95
 做到和陌生人一见如故 96
 与客户成为知心朋友 98

第三篇 客户分析篇

顾客的购买行为除了受年龄、性别等个人的因素影响之外,还要受群体因素的影响,销售员只有认真分析客户,根据客户的心理去工作,才能大大提高销售的成功率。

第9章 抓住性格就能抓住方法

——不同性格客户的特点

忠厚老实型客户 100
 自命不凡型客户 101
 夸耀财富型客户 103
 精明严肃型客户 103
 孩子气性格的客户 104
 沉默寡言型客户 105
 外向干练型客户 106
 对新事物有特殊兴趣的客户 107
 拘泥热心型客户 107
 狡诈多疑型客户 108
 取悦六种不同类型的客户 108

第10章 把握特点创造机会

——不同年龄、性别客户的特点

青年客户消费特点 111
 中老年客户的消费特点 112
 男性客户的消费特点 113
 女性客户的消费特点 114
 女性客户的购物心理分析 115

第11章 穿上客户的“马甲”

——不同职业客户的特点

专 家 118

企业家	118
中层管理者	119
政府工作人员	119
工程师	119
医 师	120
教 师	120
公司职员	120
商业设计师	120
退休工人	121
同 行	121

第四篇 客户拜访篇

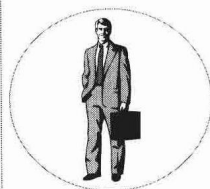
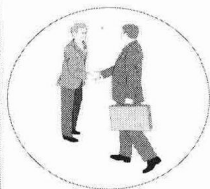
事前的充分准备与现场的灵感所综合出来的力量,往往很容易瓦解坚强对手而获得成功。在拜访客户时,销售员应当做到,即使跌倒也要抓一把沙,即使销售没有成交,也要让客户为你介绍一位新客户。

第12章 “约定”客户“约定”成交

——对客户进行预约的细节

寻找客户是销售员的首要工作	124
准客户须具备的三个条件	126
寻找准客户的五个基本方法	128
确定约见事由	131
约见时间的选择	132
选择合适的约见地点	134
客户拒绝约见的理由	134
预约客户的常用方法	136
重视客户身边的人	138
找到成交的决策者	139
不能以貌取人	140
电话约见客户的技巧	142

目 录



目 录

第13章 成功推开客户的门

——拜访客户的细节

进行三个方面的自我检测	146
拜访客户的六个关键步骤	148
拜访客户的三个要点	151
明确约见对象	151
尽可能多地了解客户	152

第14章 走进客户

——接近客户的细节

接近客户的八种方式	155
接近客户的原则	160
接近客户的常用方法	161
接近客户的语言技巧	163
引导客户的语言技巧	163
接近客户应注意的细节	163
了解客户及其家人的兴趣	167

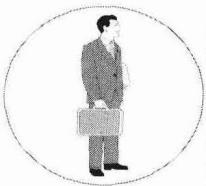
第五篇 销售口才篇

在销售过程中往往会出现突如其来的变化,进而打乱深思熟虑后决定的计划。高超的口才技巧却可以帮助销售员一路随机应变,化“险”为“夷”。这时候,说话也是成就事业的一个转折点。

第15章 “说”出好前程

——销售员口才细节

好口才让你产生自信	170
好口才是排除障碍的利器	171
好口才是摆脱困境的良方	172
好口才可以促进交易	173
好口才助你步步为营	176



目 录

第16章 说话的规则

——销售员口才的基本要求

礼貌用语的使用规则	179
销售语言的措辞技巧	180
预约客户的语言技巧	182
促进销售的语言技巧	182
少用否定句,多用肯定句	182
多用“是、但是”	183
直接否定的技巧	183
有选择的讲话	184
不要伤害对方的自尊心	185
含蓄赞美你的客户	185
时刻注意对方的表情	186

第17章 开场定乾坤

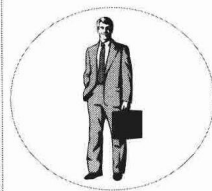
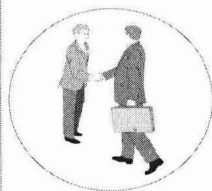
——设计开场的细节

开场白要有创意	188
进行自我介绍	190
表达拜访的理由	190
与客户进行陌生寒暄	190
寒暄用语的注意事项	191
吸引客户注意力的六个技巧	192
激发客户的好奇心	195
开场的常用方法	197
推进谈话进程的方法	198

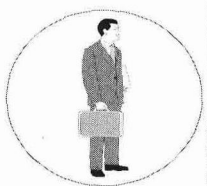
第18章 搭建销售的桥梁

——与客户进行有效地沟通

学会赞美客户	200
尽量提出启发性的问题	202
用问题来引导客户	202
创造融洽的谈话气氛	203
进行有效地倾听	204
倾听的三个层次	206



目录



倾听的艺术 206

第19章 把好酒摆在桌上

——向客户介绍产品的细节

展示销售法	210
心理情感销售法	211
扬善去恶介绍法	212
避重就轻介绍法	213
投其所好介绍法	213
表演示范法	214
体验示范法	214
有效示范的九大技巧	215
不要反复强调产品的优点	216
展示产品易犯的两个错误	217

第20章 讨价还价

——与客户进行价格磋商的细节

客户拒绝成交的价格原因	221
以“小”藏“大”谈价格	223
拒绝客户的不合理要求	225
限制条件拒绝客户	225
借社会局限拒绝客户	226
利益补偿拒绝客户	226
先谈价值,后谈价格	227
多谈价值,少谈价格	227
帮助客户谈价格	228
价格讨论的时机	229

第21章 填补销售的缺口

——化解客户拒绝的细节

自如应对客户的推脱借口	230
听懂了再做回答	231
要尊重客户异议	232
事先想好应对的策略	233
有效控制局面的策略	234

异议提出后马上回答	235
推迟回答异议	236
在异议尚未提出时“回答”	236
对客户提出的异议不予回答	237
让客户回答自己的反对理由	238

第22章 决定成败的最后一枪

——与客户成交的细节

捕捉客户的成交信号	239
把握成交的时机	241
主动提出成交	243
急于求成只会令销售失败	245
成交不是销售的终点	248
努力使自己保持镇定	249
有效地巩固成交结果	252
保持谦逊的态度	254
收款之后要和客户聊聊天	255
起身告辞的技巧	256

第六篇 心理战术篇

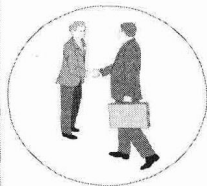
销售产品要针对客户的心,不要针对客户的头。销售员对于客户要多多采取攻心战术,因为客户可以用语言敷衍你,但是他们的心永远都会帮助你的。

第23章 钻进客户的心里去

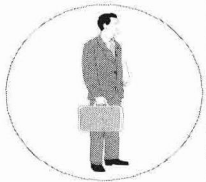
——客户的消费心理分析

消费流行对客户心理的影响	260
消费习惯对客户心理的影响	262
参照群体的影响形式	264
参照群体的心理作用机制	265
参照群体影响客户心理的表现	266
生活方式对客户心理的影响	267

目 录



目 录



第24章 鼓动客户

——影响客户购买心理的因素

全面了解客户的需要	269
帮助客户购买商品	270
设定客户的需求值	271
根据特定环境创造需求	273
逐步提升提问的重点	274
积极营造客户的需求氛围	276

第25章 姿势的天机

——客户的非语言信号

客户表示怀疑的肢体语言	277
客户表示不满、反感的肢体语言	278
客户表示积极态度的肢体语言	279
客户表示考虑的肢体语言	281
客户表示冷漠、无动于衷的肢体语言	282
客户有意拖延时间的肢体语言	283
透视客户的每一个心理细节	283

第26章 有需求就有可能

——洞悉客户购买需求

客户需求的划分	285
全面掌握客户的需求	286
观察客户的表情反应	287
看清客户的态度	288
察言观色判断客户的想法	289
集中自己的注意力	291
建立对话的氛围	292
采用艺术的提问方法	293
提问的常见误区	295

第27章 客户之痒

——激发客户的购买欲望

用幽默引起客户的兴趣	297
------------------	-----

创造客户的潜在需要	298
替客户发现他的需要	299
引导客户做出购买决定	301
让客户对产品产生兴趣	302
把握客户的十八条原则	303
产品示范力求印象深刻	306
在使用中帮助客户得出结论	308
把握客户的关注点	309
客户的兴趣向购买欲望的转化过程	310
激发客户的购买欲望	311
抓住客户有意购买的时机	312
刺激客户购买的七个心理战术	314

第七篇 自我提升篇

随着销售行业竞争越来越激烈，销售员的素质也越来越高，如果你想在竞争中胜出，那么就必须要具有超强的学习能力。知识贫乏的销售员不可能是一名优秀的销售员。真正优秀的销售员，永远都不会认为他已掌握了所有应当掌握的知识，他们会利用一切时间和机会去提升自己。

第28章 让客户跟着你走

——售后服务细节

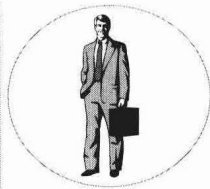
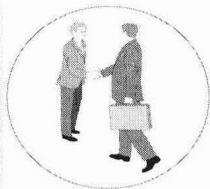
销售与服务相结合	318
最好的销售就是服务	320
给客户提供最优质的服务	321
不断完善售后服务	323
售后服务的基本内容	324

第29章 让客户为你服务

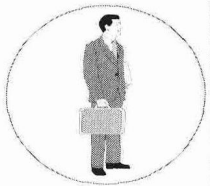
——客户维护细节

老客户是一座金矿	327
全面掌握客户信息	328
为客户建立档案	330
把客户联系在一起	332

目 录



目录



组织集体活动 333

“客户俱乐部”成员要及时更新 334

与客户保持联系的途径 334

巩固老客户,开发新客户 335

第30章 对手是你最好的伙伴

——理智面对竞争

保持必胜的竞争信心 338

训练自己的竞争力 340

不要妄自贬低对手 341

尽可能多地去熟悉对手 345

选择一个对手作为前进目标 347

第31章 目标是前进的动力

——为自己设定职业目标

树立现代的销售观念 349

做到专业而不是盲从 352

树立正确的金钱观 354

像研究自己一样研究客户 356

运用逆势销售的思维战略 357

有目标才能有动力 358

别替自己找借口 359

永远不要满足 360

第32章 机会留给有准备的人

——永不停止地学习

机会要靠自己努力争取 362

无止境地学习 365

合理利用时间 367

用知识品牌包装自己 370

寻找一切机会给自己“充电” 372

每天进行自省 373