



魔法版  
销售学

[美] 张志文◎著

每天学点  
魔法趣味销售学

MAGIC  
FUN OF MARKETING MANAGEMENT

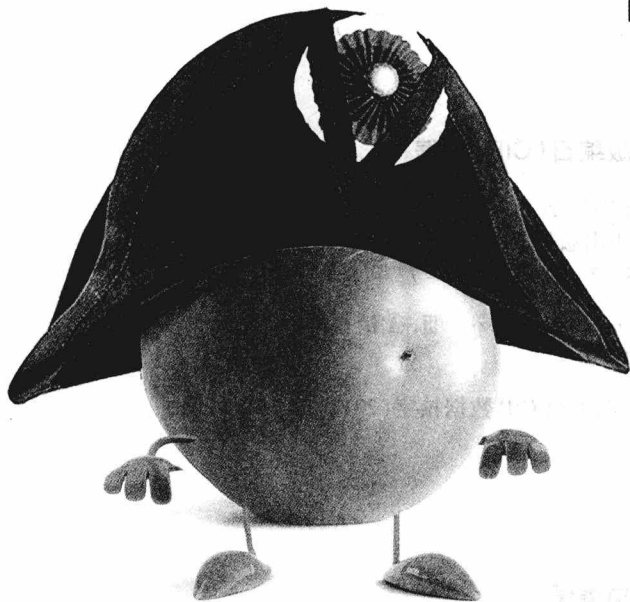
赋予你看透销售学的魔法!

超好玩、超发烧、超牛 X 的销售学说明书



重庆出版集团

[美] 张志文◎著



# 每天学点 魔法趣味销售学

赋予你看透销售学的魔法!

超好玩、超发烧、超牛 X 的销售学说明书



重庆出版集团  
重庆出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

魔法趣味销售学 / (美)张志文著.

—重庆:重庆出版社,2011.5

ISBN 978-7-229-03657-7

I. ①魔… II. ①张… III. ①销售学

IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第264576号

## 魔法趣味销售学

MOFA QUWEI XIAOSHOUXUE

(美)张志文 著

---

出版人:罗小卫

策 划: 支大朋

责任编辑:王 梅 胡晓燕

责任校对:唐云运

装帧设计:天之赋设计工作室

---



重庆出版集团 出版  
重庆出版社

重庆长江二路205号 邮政编码:400016 <http://www.cqph.com>

北京中印联印务有限公司

重庆出版集团图书发行有限公司发行

E-MAIL: [fxchu@cqph.com](mailto:fxchu@cqph.com) 邮购电话:023-68809452

全国新华书店经销

---

开本:710×1000mm 1/16 印张:16 字数:180千字

2011年5月第1版 2011年5月第1次印刷

ISBN 978-7-229-03657-7

定价:32.80元

---

如有印装质量问题,请向本集团图书发行有限公司调换:023-68706683

---

版权所有 侵权必究

# 前 言

“哦！上帝！我现在很忙，你赶快给我出去！”

这句话你一定看出来了，这是一位生气的客户对销售人员说的一句话，客户为什么会生气？

销售人员做了哪些事情而让客户这样的生气？

销售人员接下来会怎么做呢？

“亲爱的客户，请你不要生气，我马上走就是了！”

“真的不好意思啊！让您这样的生气，我改天再来拜访您吧！”

“我们把这个单子签了吧，之后我马上就出去！”

.....

面对不同的答案，你会选择哪一种呢？

产生这样问题的原因有很多。从一定意义上讲，销售是一个有序的工作，同时也是一个无序的工作；销售是一个自由的工作，也是一个不自由的工作，如果我们不能把握有序和无序、自由和不自由之间的尺度，就可能遭到客户这样的拒绝。

为什么有的销售人员在这个行业中能够成功？有的销售人员付出的是同样多的努力，最后却什么都没有得到呢？

这些成功的销售人员到底掌握了什么成功的技巧呢？

他们身上有什么样的特点呢？

.....

这些问题的答案，我们将会在此书中明确的给出。

做过销售人员的人都知道，销售工作的报酬全靠绩效，就是说你的销售业绩越好，你的报酬就会越高，但是你要得到很高的报酬绝对不是一件很容易的事情，你需要系统地了解每一个环节，这就是我们说的有序。

从另一个角度来讲，对于销售人员来说这个工作比较自由，在你的同事谈客户的时候，你可以去咖啡店里喝咖啡，所以说，也是一份轻松的工作，这就是我们说的自由。

.....

相信上帝，他对每一个人都是公平的，有付出就会有回报，这个一定是必然的。

“客户就是上帝”，为什么有的销售人员在面对客户的时候，第一句话就能够俘获客户的心、激发客户的激情？而有的销售人员在面对客户的时候说了很多很多，但客户没有任何的购买欲望，他们的差距到底在哪里呢？

也许你是一个很厉害的销售人员，在和客户面谈之后，你马上明白了客户需要什么样的产品，而你正好就是这种产品的供应者，但是在接下来的发展过程中，却让你非常地意外，客户没有选择你的产品，这是为什么呢？

有时候你认为你很了解你的客户，其实不然，你的很多想法都是与客户不相符的，只有了解了客户你才能够更好地把握客户，最后很轻松地完成你和客户之间的交易。

当你看到，你同事的老客户为他带来了很多的客户，在那里忙着签单.....

你会有什么感触呢？

你肯定是在想：“这个家伙到底是怎么做到的呢？为什么老客户

能为他带来这么多的新客户呢？”

作为一个销售人员，都会有这样的想法，因为你看到了利益，如果你也像你的同事一样，你的报酬不是更高吗？

.....

要做一个优秀的销售人员，我们就要澄清上面问题的答案，因为那些问题的答案是我们销售中的精髓，下面我们就从这本书中寻找自己的财富。

# 目 录

## 第一章 你必须敢于把斧子卖给总统（销售心态与素养）

1. 把拒绝当恋人一样去攻克 ..... 3
2. 你知道最高效的销售者都在做什么吗 ..... 9
3. 产品是“十字架”，而你却不信上帝 ..... 17
4. 你销售的不是产品，而是你自己 ..... 24
5. 不做准备，就是在准备失败 ..... 32
6. 你应该让客户笑着消费 ..... 40

## 第二章 你要知道，面对“上帝”的第一句话有多重要 （开场白的强化）

7. 即便是死神来了，你也要敢于开口 ..... 49
8. 切忌“开口便要钱”，尽管这是你的最终目的 ..... 57
9. 要让别人知道“你为什么站在这里跟我讲话” ..... 65
10. 你清楚什么是最有成效的开场白吗 ..... 73
11. 说话像打靶，说在点子上最重要 ..... 81

## 第三章 他究竟是喝可乐、咖啡还是葡萄酒（挖掘、澄清 客户需求）

12. 了解他有什么，还缺什么 ..... 91
13. 他想要的，你可以给得更多 ..... 97
14. 最可怕的情况是：他不知道自己是多么的需要（暗示客户  
没考虑过的需要） ..... 103

- 15. 当不满达到极致时，需求也就越来越明显了…………… 110
- 16. 在提问中，不断明确客户的需求…………… 116
- 17. 提问题时，不要让客户觉得是在“侵犯”…………… 123

#### **第四章 这不是在卖产品，而是在提供帮助（满足客户需求）**

- 18. 让“救助方案”随着问题的深入逐渐产生…………… 131
- 19. 相比“掏钱买东西”，他们更愿意接受“帮助解决困难”…………… 138
- 20. 让客户知道他 will 得到什么效益…………… 146
- 21. 有些药吃得太早就没用了（不要过早地阐述你的决策）…………… 154
- 22. 让对方看到额外的价值…………… 161

#### **第五章 “好吧，我想这没问题”——这是令人兴奋的进展（获得承诺签单）**

- 23. 多问让客户说“是”的问题…………… 171
- 24. 谈价格就像吃面包一样简单…………… 178
- 25. “我想事情不像你说的那么简单……”——异议的处理… 185
- 26. 口头承诺并不等于立刻签单成交…………… 192
- 27. 大生意的承诺获得容易，兑现不易…………… 199

#### **第六章 成交既是结束，也是开始（成交与售后阶段的交接）**

- 28. 单子签了，销售仍未结束…………… 207
- 29. “销售——售后服务——口碑”的循环效应…………… 214
- 30. 把客户当朋友一样，不能断了联系…………… 222
- 31. 同样一根甘蔗可以嚼很多遍…………… 230
- 32. 像呵护恋人那样去呵护客户的疑难…………… 237

## 你必须敢于把斧子卖给总统（销售心态与素养）

俗话说：“态度决定一切。”怎么样才能够做好销售，其实最重要的就是心态。

很多时候一个销售员是否能够把自己的产品推销出去，并不取决于他有多么好的口才以及对产品的了解程度，而最为重要的是心态与素养。

在面对客户的数次拒绝之后，你会怎么办？是放弃还是继续？

面对客户，你最需要做的是什么是漫无目的地介绍你的产品还是主攻客户所面临的问题？

面对你的产品，你是把他当做你赚钱的工具还是作为你的“上帝”？

面对客户，你是在销售你的产品还是你自己？

.....

这一系列的问题看起来非常的简单，相信你马上会作出正确地选择，可是当你面对客户的时候，是不是也会这样的轻松自如地选择呢？

其实很多销售员在真正做起来的时候却是非常的困难，这是一个销售心态与素养的问题，也是一个优秀销售员必须修炼的基本功，现在我们就来学习一下，如何提高自己的基本功，成为一名最为优秀的销售员。



## ① 把拒绝当恋人一样去攻克

作为一名销售人员，时常会遭遇别人言辞的拒绝，引用美国一名老资格销售人员的话就是：“我做销售人员的一生，所遭遇的拒绝就像面包屑一样，数也数不清。那些客户的拒绝就像当初我向妻子表白时，妻子的拒绝一样无情，但我不怕，因为最终我娶到了这个美丽的妻子……因此我想，只要我把客户的拒绝当成恋人那样去攻克，没有什么攻克不了的……哈哈，不是吗？”

的确，销售人员可以说是所有职业群体中遭受拒绝最多的职业，面对10个客户，可能有8个会拒绝你，甚至是百分百地拒绝你，这就像失恋了10次那样令人难以忍受。

到此，问题就出来了：有些人面对拒绝选择了逃避、放弃，而有些人却选择了坚持。

因此，差距也就形成了：一部分坚持下来的销售人员往往能够在拒绝中找到解决问题的方法，最终达到终点，赢得胜利。而那些选择在拒绝面前低头离开的销售人员呢？他们永远也无法得到成功时的喜悦，他们永远也不知道自己错过了什么……

## ► 你在怕什么

你之所以没能够把握住很多销售机会，并不仅仅只是因为技巧的问题，而更多的是心理障碍问题。

有些销售人员在面对客户时，常常会产生一系列阻碍自己发挥的心理屏障，其中害怕客户拒绝就占到了很大的一部分比重。

在此，我们把销售人员脑子里常常会浮现的一些可怕问题罗列出来：

第一，“哦，上帝，如果他说‘不’，那么我该怎么办？那样的场面简直太令人感到尴尬了……”

这类人往往会在销售行为之前便展开联想，在脑子里把所有可能遭受到的糟糕的情况一一罗列出来，尤其是最为直白地被拒绝的景象，他们会刻画得更为清晰，越是这样，他们就越觉得那样的场面尴尬，是自己所无法应对的，于是，害怕的心理便产生了。

第二，“我不觉得他比我进化得更为高级，可是我却必须像个乞讨者一样去百般讨好他，让这个‘上帝’在订单上签字，这太不公平了……我觉得我的尊严受到了伤害……”

这类人是典型的定位错误，他没有正视自己在销售过程中所扮演的角色，自己是销售人员，而对方是客户，一方是卖，一方是买，不存在对比与交集。现代企业中提倡“客户就是上帝”，所标榜的并不是人格高低，而是一种服务理念。销售也是一种服务，要服务就要在心理上亲近客户，不把客户当做敌人，要像上帝一样去虔诚地对待对方，以提供最好的服务，这样才是一个服务者应有的心态与素养。

第三，“我总有种犯罪感，这个产品有公司所说的那么好吗？老实说……哎……我有些怀疑，所以我从来都不会尝试用它，但为了卖出去，我不得不把它说得很好……我觉得我像个骗子，不是在卖产品，而是在欺诈客户……”

如果你有这种想法，那么你就不应该再抱着样品或是拿着样图四处奔跑，因为自从这样“不敬业”的想法从你的脑中诞生起，你

就不可能成为一个优秀的销售人员。

作为一名优秀的销售人员，首先就是要充分地了解自己将要销售的产品，从特性到实验性成果，如果有可能，或者说条件允许的前提下，自己必须亲自尝试一下、体验一下，这样才能更加明确地向客户表述。

另外，抛开产品本身不讲，作为一名销售人员，从选择企业的那天开始，就要热爱这份工作、热爱自己的产品，就像爱自己的孩子一样。孩子在其他父母眼中可能不是最好的，但是在自己父母眼中却是最可爱的，因此，你必须学会站在公司的立场上去判断自己的产品，而不要仅以自己的眼光和价值观去评判自己的产品。尤其是从未尝试使用产品的销售人员，就更加没有资格去怀疑任何一件产品，你的这种态度只会让你的语言变得不确定，发挥也会失常，客户也会心生疑虑，那么这个订单注定是要失败。

在此，我们需要特别强调的是：即使客户拒绝了，我们也要笑着收场，然后再接再厉，让客户看到作为一名销售人员的诚意与职业精神。

然而，如果你在销售之初便“害怕”拒绝，那么你就一定会被拒绝打败。不！确切地说，是被自己打败！

## ► 攻克“恋人”拒绝的理由

“客户为什么会拒绝？”

“客户的拒绝是真的吗？”

要从容面对客户的拒绝，首先我们要弄清楚两个问题。我们需要站在客户的角度去看、去想，去剖析客户为什么会拒绝你的产品。

通常，我们会得到这样5个结论：

(1) 客户确实有需求，但已经被你的同行打动了，直白地说就是：你的客户已经与别人达成了协议，成为了别人的合作伙伴；

(2) 客户确实需要这类产品，但是他有自己所认准的一个品牌，这与其说成是一种爱好，不如说是一种癖好；

(3) 客户确实有需求，但是他对于你所推荐的产品感到陌生，因此不信任；

(4) 客户认为这个产品对于自己来说，可要，也可以不要，就是说有没有这样的产品对于自己都没有太大的关系；

(5) 客户没有需求，因为已经有了这样的产品，并且非常满意，没有什么可挑剔的，所以他不需要新的产品。

对于销售人员来说，客户明显没有需求，那就不能强逼硬攻了，但对于那些明显有需求，或是有潜在需求可挖的客户，不论他所说的话有多么地不确定，我们都有可能将他攻克。前提就是——你要让他相信你的产品，期待你的产品给他所带来的效益。

此时也许你会说：“我常常搞不清楚哪些人是真的需要，或者说不需要，他们总是说些不确定的话……哎……那些话听起来像是委婉拒绝，但又好像是真的犹豫……”是的，在与客户的交谈中，我们常常会听到类似于这样的声音：

“哦……请允许我考虑一下，也许我很快就会给你答复。”

“我想，以我目前的资金还无法给你准确答复，所以……我们不妨过段时间再谈。”

“如果可以的话，我想我需要和我的伙伴商量一下……你知道，

有些时候，并不是我一个人就可以说了算的。呵呵……”

“我想我忙得没有时间去思考关于这个产品……不过，等我闲下来时，我会考虑一下的。”

“如果你可以在3个月以后再来找我，那么我想会更好。”

……

这些话通常都需要我们费尽心思地去猜，他是真的只是暂时不需要？口头的承诺是善意的谎言？还是真的会慎重考虑呢？这也是作为一名销售人员必须学会的辨别能力，我们要求证客户反对的说辞，然后对症下药，攻克客户的拒绝，具体方法有如下4种。

（1）仔细聆听客户提出来的反对理由，如果你遭到了客户的拒绝，首先不要去和客户争论谁对谁错，这是很愚蠢的做法，要懂得去聆听，可以尝试着先去称赞他们，这可以在以后的谈话中避免引起和客户的争论。比如：

“你说的也有道理，但是……”

“你说的这种情况我想我可以理解，呵呵，因为我也常为此而困惑，不过，这种情况绝对不会发生在我们产品身上的……”

“你说我们的产品……但是我想你一定有别的意思？”

（2）利用反问，再次确认，分辨真伪。在客户提出拒绝理由之后，提出质疑，问客户这是不是唯一的理由，换个方式重新再问一遍，“……是这样吗？史密斯先生”“除了这个原因之外还有没有别的原因”“如果这个问题解决了，是不是就可以选择我们的产品？”这些问题可以很大程度地试出客户拒绝的真正理由。

（3）拿出自己的杀手锏，让客户“是”到底。拿出你所有关于

产品的荣誉，比如说，产品的国际认证、感谢信和其他产品的对照表，充分显示产品的优势，让客户除了说“是”之外别无选择。在这个时候我们要忘掉价格，或给客户看成本体现产品的价值，别出心裁，给客户耳目一新的感觉。

(4) 进一步地确定，促成交易成功。在和客户谈判的过程中，有效地把握好时机，在解决了客户的理由之后，利用更加确定的语言，将准客户变成客户。比如：

“如果……你希望什么时候送货？”

“你希望什么时候开始？”

“如果……那我们什么时候签这个合同方便？”

这些问话的方式都可以进一步地确定客户拒绝理由的真伪，并能够推进与客户达成协议。

另外，面对客户拒绝这个问题，从“事前防范”入手是最佳的方法。下面是一些具体运作的方法。

(1) 所有的销售人员坐在一起讨论，说出所有遇到的反对理由。

(2) 把所有的理由写下来，如果说法不同，意思相近的也要写下来。

(3) 讨论答案，讨论出每一个客户拒绝理由的最佳答案。

(4) 用角色扮演，销售人员可以模仿客户作演练，体会其中的效果。

(5) 不断地修改不断地完善，直到试用在客户上效果最好。

总之，面对客户的拒绝，要有一个平稳的心态，要安然地去面对，只要自己努力，你就会成为最好。

## 2 你知道最高效的销售者都在做什么吗

我们在讨论最高效的销售者在做什么时，首先我们讨论一个问题：在一次成功的销售过程中，是“买方说得最多”还是“卖方说得最多”？

也许你会说：“哦，这个问题太简单了。当然是卖方，也就是销售人员说得最多了，因为销售人员要卖东西，除了必须把自己的产品、服务介绍给客户，还要用尽一切话语来说服客户，买下你的产品……一个销售人员如果没有客户说得多，那么那种情景简直难以想象……”

是的，这个理由看起来非常充分，也非常让人信服，可是，在所有成功销售案例的研究中发现：在成功的销售过程中，卖方说得是最少的，而买方说得是最多的，也就是客户说得最多。

真是不可思议，销售不是要销售人员去说吗？怎么会是客户说得最多呢？当然，在我们的销售概念中，一个销售人员如果不能说，那就是一个失败的销售人员，包括一些公司在招聘销售人员的细则里面，他们都要求销售人员“要有良好的口才”等等，其实这些都是次要的，那么重要的是什么？怎么才能让买方说得最多呢？那就是提问题，最高效的销售人员就是要提问题，但并不是什么问题都可以让销售变得顺利，让买方感到万分的兴趣，成功的销售人员必须提出非常精明的问题。

从提问题，到引导客户去说，客户说得越多，对于销售行为越有利。这样的销售人员一定是最高效的，而高效的背后，他一定是最愿意去思考、去分析的，围绕着自己与客户所要发生的情景进行分析，从而把问题提炼出来，达到最高效的效果，这也是一种职业素养。