

• 1000000王牌销售员成功深造 •

华为、联想、TCL、万科、华润……800家高端企业选用
中 国 百 家 知 名 企 业 选 用 的 金 牌 课 程

金牌 To Be a King Seller 销售员

成交高于一切!

搞定大客户，攻城略地 / 掌握竞争最有效武器

管理学博士、实战型销售大师实践经验总结

成功晋升营销精英阵营



即学即用、即学即通、促成成交
销售宝典

基于现实、实证的
实战操作手册

周志轩 编著
成都时代出版社

金牌销售员
To Be a King Seller

周志轩 编著
成都时代出版社

图书在版编目(CIP)数据

金牌销售员 / 周志轩编著. --成都: 成都时代出版社, 2010.9

ISBN 978-7-5464-0214-7

I. ①金… II. ①周… III. ①销售学 IV.

①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 158087 号

金牌销售员

JINPAI XIAOSHOUYUAN

周志轩 编著

出品人
责任编辑
责任校对
装帧设计
责任印制

段后雷
周 慧
李 佳
莫晓涛

◎中映·良品 (0755) 26740502

出版发行
电 话

成都传媒集团·成都时代出版社
(028) 86619530 (编辑部)
(028) 86615250 (发行部)

网 址

www.chengdusd.com

印 刷

深圳市华信图文印务有限公司

规 格

889mm×1194mm 1/32

印 张

4

字 数

100千

版 次

2010年9月第1版

印 次

2010年9月第1次印刷

印 数

1-15000

书 号

ISBN 978-7-5464-0214-7

定 价

15.00元

著作权所有·违者必究。举报电话: (028)86697083

本书若出现印装质量问题, 请与工厂联系。电话: (0755)29550097



开篇寄语·····	1
-----------	---

第一章

销售的基础知识·····	2
--------------	---

一、销售基础知识概述·····	3
二、销售人员必须了解的基本销售方式·····	6

第二章

销售人员的个人素质·····	9
----------------	---

一、销售人员的商务礼仪·····	10
二、良好的自身修养·····	16
三、加强心态修炼·····	19
四、扎实的专业知识·····	23

第三章

如何寻找目标客户·····	24
---------------	----

一、做好市场调查·····	25
二、寻找目标客户·····	26
三、建立客户资料档案·····	29
四、如何接近客户·····	30

第四章

如何挖掘客户的真实需求·····	36
------------------	----

一、了解客户需求的方式·····	37
二、怎样挖掘客户的潜在需求·····	37
三、与客户保持紧密联系，赢得客户好感·····	43
四、如何应对不同类型的客户·····	53



第五章

如何通过产品展示赢得客户.....61

一、产品展示应注意的原则.....62

二、用创意的展示带动销量.....65

第六章

如何促成交易..... 71

一、促成交易的技巧和原则.....72

二、促成销售应该注意的问题.....81

三、向大师取经：世界销售大师的成交技巧.....88

四、交易之后进行经验总结.....91

第七章

如何做好货款回收..... 93

一、预防拖延付款的策略.....94

二、回收账款的方式.....99

三、第一时间有效收款的诀窍.....102

四、收款期间应注意的细节.....112

第八章

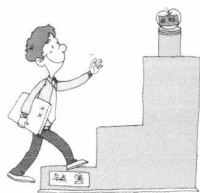
做好售后服务，实现持续发展.....116

一、做好售后服务，留住老顾客.....117

二、拓展客户群.....120

【售后技巧篇】

成功从销售开始



很多成功人士在平凡的行业中创造了不平凡的业绩。而他们当中，有很多人的职业生涯开始于销售工作，比如销售大王乔·吉拉德、推销之神原一平等。他们曾经像我们大多数人一样的平凡，但是在销售岗位上，他们却用自己与众不同的方式与技巧创造了一个又一个的销售神话。

他们的一生充满传奇，他们曾经承受过巨大的困难和压力，但他们凭借自己的毅力，成就了自己的事业。在走向成功的诸多因素当中，最重要的一点，就在于他们拥有作为一个优秀的销售人员所应该具备的素质与技巧，这些技巧贯穿于他们一生的销售生涯中。有很多大师曾经用简短的语言总结过他们的销售技巧，并成为他人成功的重要借鉴。

本书也是在大师们的思想光辉之下进行编辑和总结的产物，编者希望能够把这些销售技巧告诉每一个普通人，告诉那些心怀梦想、即将走向成功的人。

你想成为百万富翁吗？

你想拥有辉煌的职业生涯吗？

你想在激烈的市场竞争中安全到达成功的彼岸吗？

那么，翻开本书，开启你事业的第一篇章吧！

提升自己，让你在知识的海洋里汲取养料。

继续梦想，这里拥有开启销售秘密的金钥匙。

希望本书能够给未来的成功者们一些有益的帮助。当我们还在问自己能否成功的时候，不如立即行动，用自己的双手去赢得属于自己的未来。

朝着自己的梦想坚定不移地行动吧，本书将陪伴你度过未来的日子，相信自己，相信未来，成功将属于心怀梦想的人！

未来是属于销售的时代！未来属于敢于拼搏的英雄！

相信未来，赢在未来。成功从这里开始。

第一章 | 销售的基础知识

>>

成功是给有准备的人，
销售是很有挑战性的工作。
销售的成功需要你在各个方面都能自信地对自己说：
我已经做好了充分的准备，
将为成功而开战！

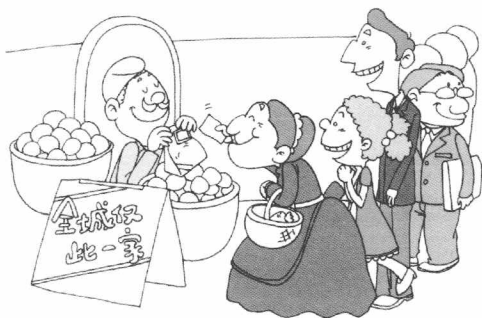
“如果你没有准备好，你就准备失败。”

——乔·甘道夫

一、销售基础知识概述

1. 什么是销售

营销大师菲利普·科特勒曾说：“市场营销最简短的解释是：发现还没有被满足的需求并满足它。这是一个整体思维体系，你的成功不是做别人已经做成功



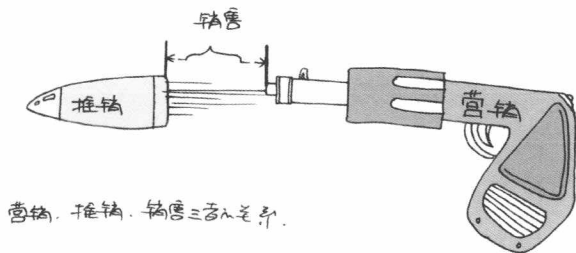
的事，而是找到人们想买却只有你能卖的东西。”从营销的定义中，我们一起来总结销售的定义。

什么是销售呢？简单说来，销售就是介绍商品所能提供的价值，以满足客户特定需求的过程。这里的商品当然包括有形的商品及无形的服务。满足客户特定的需求是指客户特定的问题被解决，或者客户特定欲望的达成（被满足）。要让客户的这种特定需求得到满足，只有靠提供能够符合客户利益的特定商品。简言之，销售就是一个从目前状况中发现需求并通过销售的行动来满足这些需求，解决目前状况，从而为顾客获取最佳的理想状况的过程。

因此，需要有人找出商品所能提供的特殊价值，满足客户的特殊需求。这就决定了需要有销售人员的存在。

2. 营销、推销、销售的区别

营销是一个宏观概念，销售则是一种微观上的概念，因此，销售



与营销是不同的。销售是指推销产品的一种活动或过程，是营销的一个组成部分。营销的概念还包括市场推广、广告宣传、品牌树立等。销售所实现的往往是短期目标或当期目标，而营销所追求的却不仅有短期目标的实现，更有长远目标的延伸和积累；销售所实现的目标是有形的，营销所实现的目标是无形的，但却是有力的。如果企业的市场营销人员搞好市场营销研究，了解并满足顾客需要，搞好促销等市场营销工作，那么不用费力推销，产品也可以较容易地销售出去。

推销只是市场营销的一部分，是企业围绕商品销售展开的各项活动，一般是指人员推销。

推销重在产品，着重于卖方需要；营销则重在服务，着重买方需要。推销是企业市场营销人员的职能之一，但不是其最重要的职能。如菲利普·科特勒指出的，推销不是市场营销最重要的部分，而只是“市场营销冰山”的尖端。推销需要先生产后销售，营销则注重先需要后生产；推销需要通过销售来获得利润，营销则通过赢得顾客满意来获得利润；推销是战术，营销是战略。

从上面的比较和分析，我们可以看出：销售、营销、推销之间有区别也有联系，所以销售人员应该对三个概念有清楚的认识。本书着重于对销售人员的销售技能进行培训以得到提高，所以三个概念都会涉及到。

3. 销售员所扮演的角色

在市场经济越来越发达的今天，销售已经成为满足人们生活需求的一个重要手段，而销售人员也在这个活动中扮演着越来越重要的角色。销售是一个综合利用心理学、口才学、表演学等知识的过程，因此，一个优秀的销售员通常要求能身兼数职。

◎销售人员是顾问：扮演好顾问的角色，要求销售员能够站在客户的立场上，从客户的实际利益出发，在适当的时候为客户出谋划策，帮助客户解决存在的问题和达到客户想要的目标。

◎销售人员是心理分析师：他能够从正确的角度去把握顾客的心理，为顾客分析出其需求所在，并用自己的产品和优质的服务满足客户的需要。

◎销售人员是演说家：优秀的销售员能够用最适当的语言说服客户并达成交易。

◎销售人员是演员：从这个角度来说，要求销售员能够在与客户交流的时间内扮演好自己的角色，利用自己的声音、语言、礼仪等细节去感染客户，并赢得客户的好感，从而促成交易。

◎销售人员是专家：优秀的销售人员能够让客户感觉到从他的手中购买产品比在其他任何地方买更具有优势；优秀的销售人员因为具备专业的产品知识和专业的销售技能而更为卓越，他可以给客户提供更好的服务；优秀的销售人员懂得客户的心理；优秀的销售人员像专家一样值得客户信赖，他让客户在整个购买的过程中，都觉得安全、有信誉、有保证。

4.销售工作的前景

哲学上经常会出现这样一个问题：“我们怎样才能快乐地生活？”自古以来，哲人们常常花费数年甚至一生的时间来寻找这个问题的答案。对于这个问题，我的回答很简单：要快乐地生活，先要能快乐地工作。要知道生命中最大的痛苦在于不知道自己要什么，最大的错误在于我们努力去攀登成功的阶梯，最后却发现自己的梯子搭错了地方。所以，要快乐，就要明确自己所从事的行业，要在所从事的行业中找到工作的乐趣和希望。

◎在商品经济越来越发达的今天，随着市场的扩大，需要更多的销售人员去挖掘客户的需求，从而促进企业的发展。销售职位是市场上需求最旺盛的职位之一。

◎销售是一个很具挑战性的工作。在销售工作中，我们往往需要承受很大的压力，同时销售行业的回报也是很可观的。所以，销售是一个挑战和机遇并存的行业。正如美国亿万富翁鲍纳所说：“只要你拥有成功的推销能力，那你就有白手起家成为亿万富翁的可能。”

销售行业成就了无数个财富巨头，也正在成就着无数拥有智慧和梦想的销售新人。只要我们掌握了销售的艺术和精髓，那么相信成功就在我们脚下！

二、销售人员必须了解的基本销售方式

1.电话销售

电话销售是随着电子通信技术发展而发展起来的一种运用电话网络、以高效率的双向沟通展开销售活动的方式。让顾客产生购买行

为、消除顾客对企业的意见、提高顾客对企业的满意度和忠诚度、塑造企业良好形象等活动都是通过电话进行的。

电话可以做到：电话推销、约会会晤、提供咨询、接受订货、搜集信息与调查研究、处理投诉、提供服务、催收账款。



优势：

及时性——用电话进行销售，可瞬间与目标顾客联系交流，速度很快。

简便性——操作简单，对销售人员无太多高难度技术要求。

双向性——电话销售可以立即得到对方信息的反馈，可以方便买卖双方的交流和互动。

经济性——电话销售可以减少双方的无必要的往返，有利于节省时间和费用。

普遍性——随着电话的普及，电话销售也越来越方便了。

2. 网络销售

就是以计算机互联网的使用为基础，以互联网为工具与客户接触，并根据顾客的特定要求，向顾客提供所需要产品或服务的过程。

优势：

覆盖面广——网络所及的地方都可以进行交易，有利于企业与企

业、个人与企业、个人与个人之间互相联系沟通。

销售无形化——只需通过电子书写、数据传递的过程就可以进行交易；经营规模不受产地控制，方便扩大销售规模，降低成本；有利于提高企业的市场竞争力。



销售便利化——能够轻松满足消费者对购物方便性的需求。网络提供一天24小时、一年365天的营业，无需雇用专人进行服务，不受节假日、营业时间和《劳动法》内规定工作时间的限制，可以摆脱员工疲劳或者因缺乏训练而引起顾客反感所带来的麻烦。

销售的个性化——销售者与顾客进行互动交谈，按照消费者的理念和需要，进行个性化服务，有利于消费者进行产品比较，进而实现迅速、经济、实惠的购买过程，有利于双方建立长期稳定的良好关系。

销售的经济效益好——由于成本低、数据精确度高、服务标准化等特点，为网络销售带来丰厚的回报。

销售的技术性——由于销售全程是通过网络进行的，所以在销售的过程中，对技术的要求较高，需要销售人员掌握更多的计算机相关知识。

3. 面对面销售

就是面对面与客户交流而达成交易的一种销售方式，同时也是综合以上两种销售方式的一种最有效的销售方式。迄今为止，这是一种使用最普遍的销售方式，也是本书着重讲的销售方式。

第二章 | 销售人员的个人素质

“顶尖的销售人员在进门的那一瞬间，
就可分辨出来。”

——汤姆·霍普斯金

一、销售人员的商务礼仪

1.最佳着装

据调查,当人们在衡量一个人的时候,尤其是在短时间内的第一印象确立的过程中,大部分人认为,人的外表魅力主要取决于服饰。销售人员要展示良好的形象,就应该穿适合所处场合的衣服。以下是一些重要的建议。

如果我们不确定是否穿西装,那就选择穿西装。在颜色的选择上一般以深蓝色为主,因为深蓝色能给人一种信赖感。如果是第一次会面,不宜选择黑色,因为黑色给人太严肃的感觉。要保持西服、衬衫、领带等平整干净,并保证衣服的领口和袖口没有磨损,要让人感觉到我们是处理重要业务的人。也可以穿着高质量的羊毛制品、和硬底皮鞋,同时一定要保证皮鞋光亮,切忌不擦皮鞋就去见客户。女性销售员要避免穿着女孩子气或者学生气太重的服装,同时要避免穿着有性别暗示的服装。不要把服装搭配成艺术家的调色板,要尽量做到专业,要是拿不定主意,就选择职业套装。同时要避免戴太引人注目的首饰等。服装以专业、不张扬为好。

当然除了这些,着装还应该注意下面的细节。

◎根据时间的变化,合理着装。在正常工作时间与客户约定正式的会面,应该注意穿专业的工作服;若是晚上和周末则可以稍微随意和休闲一些。随着季节的交替变化,应该适当增减衣服,给人亲切舒适的感觉。

◎随着地点场合的变化,应该适当着装。在正式场合,如宴会、招待会、婚礼等应该穿适合该场合的服饰。男士可以穿深色西服和白



衬衫，女士则可以穿晚礼服。

◎和客户外出娱乐和旅游时，要穿休闲的服装，尤其是到高尔夫球场等地时，一定要穿专用服装。

◎着装时，不要选择颜色鲜艳、太花哨的衣服。应该选择颜色适宜、简单大方的服装。尤其是参加别人生日会的时候，应该避免喧宾夺主。

◎根据自己的年龄适当着装，不要穿太显老气或过于前卫的衣服。根据自己的气质性格特点适当着装，以让人感觉舒适自然为原则。

2.最佳礼仪

良好的礼仪，能够让我们在顾客面前很好地展示个人魅力。在销售工作中，拥有良好的礼仪也是促成交易的一个关键。懂得礼节，对顾客有礼貌，顾客会因为被尊重而感到舒服，同时销售人员也会深得客户喜欢。

◆**握手的礼仪：**和自己的客户见面的时候，最好的方式就是边问好边和客户握手。当我们见到客户的时候，就应该笑脸相迎并伸出自己的手，让身体微微前倾，同时保持整个身体自然平衡，自然地看着客户的眼睛。握手不能太用力，也不可太虚飘，摇动的幅度不要太大，当客户有松手的意向时，要随即松手。

◆**保持适当的距离：**尤其和客户面对面交谈的时候，保持适当的距离是很有必要的，这样会给客户轻松的感觉。假如是和自己的熟客谈话，那么最适宜的距离是小于一米（70~80厘米）；与自己不熟悉

的客户谈话，则应该保持一米以上的距离，最好控制在100~120厘米。如果是站着，则应该保持一米的距离；一站一坐，则可以适当调整拉进50厘米的距离；坐着谈话的时候，可保持约50厘米。谈话的时候，要注意不要把口气吹到对方的脸上。

◆**递交名片的礼仪：**销售员在商谈业务的时候，最好有自己的名片和名片夹。可以把名片放在自己的西服内袋或者自己衬衫的左侧口袋里，最好的方法就是放在自己随身携带的公文包或者文件夹里，因为这样便于随要随取。不要把名片放在自己不容易取的地方，也不要把名片随处乱放，以免需要的时候一会从这里取，一会从那里掏。递名片给对方时，用大拇指和食指夹着名片，其他手指合拢，自然地往对方胸前递，最好用双手。当对方与自己交换名片时也要用双手接名片，拿到对方名片的时候，可以轻轻念出对方的名字和头衔，然后放入自己的名片夹里。

◆**入座的礼仪：**当见到客户朝自己走来的时候，要起身迎接，并让座；假如是在客户的候客厅等待对方，则只需按照对方的安排来入座即可，入座时注意大方得体。

◆**适当的手势礼仪：**当有客户向我们询问方向的时候，用合适自然的手势语不仅可以让自己的形态更加大方得体，而且让我们的答话更加清晰明了。用手势语的时候，四指自然靠拢，大拇指向内侧轻轻弯曲，配合手臂自然地指示方向。

3.最佳用语

①最佳自我介绍

注意不同情况使用不同的自我介绍的方式。在最初的自我介绍过