

一本指导销售主管快速走向成熟的绝妙好书

*Xiaoshou Zhuguan
Kaimen Qijianshi*

做销售不是第一，就是第二

销售主管 开门7件事

民主与建设出版社

一本指导销售主管快速走向

销售主管 开门7件事

做销售不是第一，就是第二

民主与建设出版社

图书在版编目(CIP)数据

销售主管开门七件事/颜进编著. —北京:
民主与建设出版社, 2004

ISBN 7-80112-638-6

I. 销... II. 颜... III. 企业管理: 销售管理
IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 054731 号

©民主与建设出版社, 2004

责任编辑:高志敏

封面设计:红十月工作室

出版发行:民主与建设出版社

电 话:(010)65523123 65523819

社 址:北京市朝外大街吉祥里 208 号

邮 编:100020

印 刷:华星印刷厂

成品尺寸:190mm×134mm

印 张:7.5

字 数:150 千字

版 次:2004 年 7 月第 1 版 2004 年 7 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-80112-638-6/F·305

定 价:25.00 元

注:如有印、装质量问题,请与出版社联系。



最有价值的 商业信条

我要加倍重视自己的价值。我不能放低目标。我要做失败者不屑一顾的事。我不停留在力所能及的事上。我不满足于现有的成就。目标达到后再定一个更高的目标。我要努力使下一刻比此刻更好。我要常常向世人宣告我的目标。但是，我决不炫耀我的成绩。让世人来赞美我吧，但愿我能明智而谦恭地接受它们。

《世界上最伟大的推销员》作者

[美]奥格·曼狄诺



前言：开门七件事

常言道：开门七件事，柴米油盐酱醋茶。同样，对于进行管理的销售主管来说，这七件事也件件不可缺少。

柴——目标是销售管理中的柴。在进行销售管理的过程中，目标是促使销售队伍不断上进，不断开拓的动力。

米——渠道是销售管理中的米。巧妇难为无米之炊，如果没有好的渠道，任何好的产品都无法实现价值。

油——激励是销售管理中的油。不要让团队成员自我膨胀，只有通过激励才能将整个团队调和得具有很高的战斗力。

盐——技巧是销售管理中的盐。销售队伍必须不断地提高销售技巧，这样才能保证销售目标的实现。

酱——沟通是销售管理中的酱。它起着帮手作用，能减少销售管理中的摩擦，帮助销售目标的实现。

醋——文化内涵是销售管理中的醋。醋的作用在于

2 开门七件事，柴米油盐酱醋茶

开胃，文化内涵可以帮助销售主管将管理更加柔化和人性化。

茶——行动是销售管理中的茶。茶是人际交往中不可缺少的道具。销售主管要带领队伍实现销售目标，不能仅凭一张嘴，还必须有实际的行动。

MULU

目 录

第 1 章 柴篇：告诉员工为什么要做销售

对于没有航向的船，任何方向的风都是逆风	3
为什么他们没有成就感	6
为员工们设定目标	11
几个关于目标的哲理故事	14
分解开来，一切会变得更简单	18
目标也是需要好好管的	23
别忘了领路人的职责	28
优秀主管是如何明确目标的	32

第 2 章 米篇：不断拓宽销售渠道

多一条路的好处	39
积极寻找新的客户源	43
多和老客户打交道	46



大客户，别忘了	49
做主导者，不做附庸	52
你赢利，我也赢利	55
更加接近消费者	58
优秀主管是如何管理销售渠道的	60

第3章 油篇：莫让销售同仁自我膨胀

发挥销售队伍成员的潜能	65
知识，必不可少	67
学习，再学习	72
在逆境中自我激励	76
在顺境中保持冷静	80
关于如何学习的几个哲理故事	85
培养销售队伍成员的成功意识	90
优秀主管是如何激励销售队伍的	94

第4章 盐篇：迅速提高销售技巧

让员工熟知产品知识	99
-----------	----

提醒自己注意第一印象	103
让员工知道成交的方法	106
培养员工对客户的真诚和尊重	114
诚信, 什么时候都不能少	117
让员工和客户沟通感情	120
教员工学会营造销售气氛	124
优秀主管是如何进行销售技巧培训的	127

第5章 酱篇: 更好地与人交流

很有必要的沟通	135
必须掌握的能力	137
注意沟通不当	141
询问——疏通沟通渠道	144
学会倾听	147
沟通的努力方向	151
正式沟通和非正式沟通	155
注意语言沟通的使用	158
优秀主管是如何整合沟通体系的	162



第6章 醋篇：创造独特的文化内涵

自信与乐观	169
学会谦虚	174
建立激情燃烧的企业文化	178
学习型组织的建立	183
确立核心领导	187
尽量避免嫉妒	190
每一个成员都能看到希望	194
优秀主管是如何培养团队文化的	196

第7章 茶篇：带领员工们去“做”

“做”的意义	201
为什么他们缺乏行动	204
身先士卒	210
关于行动的哲理故事	213
运用批评和奖惩进行控制	218

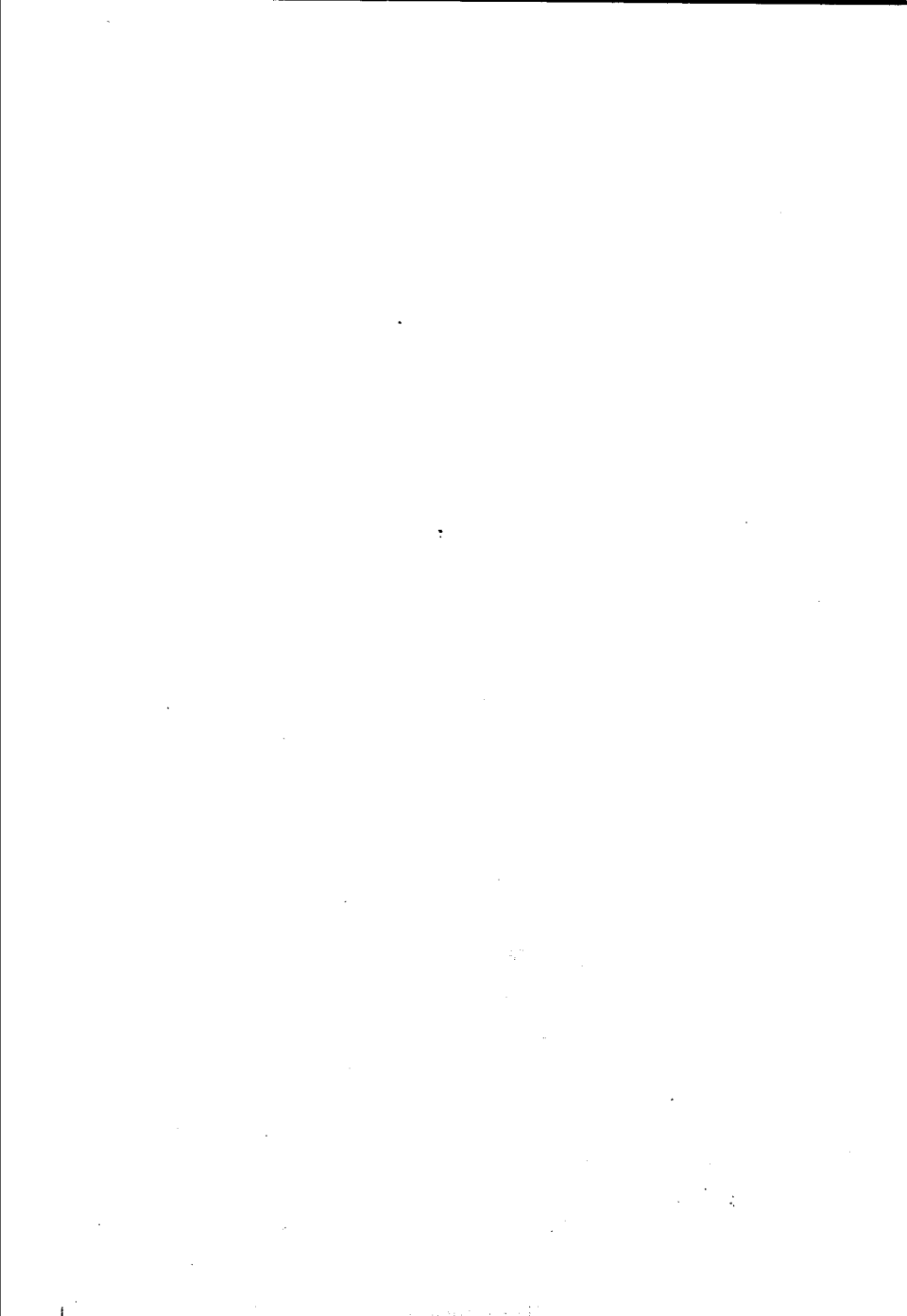
不要事必躬亲	221
培养良好的习惯	225
优秀主管是如何率领员工的	227

第 1 章

柴篇：告诉员工为什么要做销售

本章诠释：

“柴”在“开门”七件事中起的作用是动力作用。如果没有柴，“开门”以后任何事情都办不成。因此，在销售主管“开门”七件事中，必须首先找到能起动力作用的“柴”。对于销售主管来说，能够给整个销售队伍提供源源不断动力的因素只能是销售队伍的目标。目标是销售队伍希望达到的成果。销售主管正是在领导销售队伍为实现目标而不断努力的过程中实现了自己的价值。



对于没有航向的船,任何方向的风都是逆风

提问：对于没有航向的船来说，哪个方向的风是逆风？

回答：任何方向的风都是逆风。

航向就是做事情的目标，做任何事情都必须有明确的目标，然后才能够将事情做好。有些人借口条件十分有利，便不顾目标，盲目地做事情，结果把事情办得越来越糟糕。

在中国很早就有个“南辕北辙”的故事，说的是古时有一个大臣在太行山脚下碰见一个商人，正坐在他的马车上，面朝北面。商人却告诉大臣，他要去楚国。大臣对商人说：“您去楚国，楚国在南面，您为什么面向北走呢？”商人回答说：“我的马好。”大臣说：“您的马虽然好，但这不是去楚国的路啊！”商人又答道：“我



的路费很充足。”大臣又问：“您的路费虽然多，但这不是去楚国的路啊！”商人回答说：“给我驾车的人本领很高。”大臣后来慨叹道，这样的条件只会离目标越来越远。

正确地做事情固然重要，但要做正确的事情，首先必须明确目标。对于销售主管来说，成功等于目标，生活品质决定于目标达成能力。

许多销售主管做工作没有明确的方向，他们不知道自己该怎么做，一会儿向东，一会儿向西，一下子试试这个办法，一下子用用那个办法。做得不如意，就马上换一个方向，运气好时就能收到一些成效，运气不好就要有损工作业绩。他们往往一听谁怎么做好，就立马学人家做，他们的一生似乎永远没有固定的方向，因此工作业绩自然不如人意。其实，他们的问题这就是他们不知道应该追求什么。

诚如一位成功学大师所说：“人的头脑具有一种像飞弹一样的自动导航功能，一旦人有了明确清楚的目标后，头脑就会自动地发挥它无限的能量，产生强大的推动力，并且能够不断地瞄准目标和修正你的行为，自然地把我们引到朝向目标的方向前进。”对于销售主管来说，在头脑进行这种运作的过程中，最重要的不仅只是设定一个明确

的目标，而是要十分明确达成这个目标的“原因”，毕竟原因主导一切，也只有这个原因才是让人持续朝目标前进的原动力。

销售主管正确地设定目标，首先必须有明确的战略规划。销售主管能否为组织决策、建立一个合理有效的发展目标和战略规划，直接关系到组织群体的发展绩效。作为销售主管，首先要有眼光。所谓眼光，就是能够敏锐地发现更加有利于企业销售目标达成的条件或者形势，并为这一条件或者形势发挥作用制定可行性的计划，这种计划体现了销售主管的战略思维。对于销售主管来说，必须首先明确自己最终要到什么地方去，企业销售最终要进行到何种程度，之后再去选取能够让你达成这个目标的工具，这样销售主管的整个战略才不会有偏差。因为所有大目标的完成是由无数的小目标累计而来的，这就像是我们要坐车到达某个目的地一样，如果我们不知道最终要去什么地方，那么你又怎么知道你下一站要去哪儿，又怎么安排每一站的路线呢？在销售主管追求目标实现的整个过程中，每当收集到了一种工具，销售主管就必须十分清楚地知道怎样利用这些工具来满足需求和目标，这样才能保证目标得到不偏不倚地实现。



为什么他们没有成就感

很多销售主管曾经信誓旦旦地保证一定要做优秀的主管，将销售工作做到完善。可结果呢？很多人从来都没有实现过自己的目标，更别提有成就感了。

对于销售主管来说，没有成就感，在目标方面的原因可以归结为以下九个方面：

一是缺乏目标。有些销售主管自己都搞不清楚内心真正要的是什么。他们中的大多数人都说自己需要好的销售业绩，出色的工作表现。但是为什么需要好的销售业绩和出色的工作表现呢？很多人都讲不出一个明确的原因和目的，他们只是觉得如果能有好的销售业绩和出色的工作表现，他们就会觉得快乐、有成就感、可以过好日子……但是需要好的业绩和出色的工作表现的人实在是太多了，为