

访问销售人员的红宝书

众行管理顾问有限公司
刘永中 金才兵
梅明平

策划
著

访问销售 训练营

FANGWENXIAO
SHOUXUNLIANYING

成功的访问销售人才和金牌运动员一样，是严格训练的结果。本书是一本对访问销售人员进行严格训练、收获“销售金牌”的不可多得的教材！

广东省出版集团
广东经济出版社

责任编辑：黄一霜

责任技辑：梁碧华

封面设计：



03710623715
CREATIVE DESIGN
G 创意设计公司



访问销售基本技能：

- ✦ 访问前计划及访问后分析
- ✦ 询问、倾听与回应的技巧
- ✦ 顾客服务
- ✦ 产品展示的技巧
- ✦ 事实调查的技巧
- ✦ 访问销售时间管理
- ✦ 拜访销售难题及解决原则

访问销售专业技能：

- ✦ 接近客户技巧
- ✦ 开场白的技巧
- ✦ 探寻需求的技巧
- ✦ 产品的FABE推销技巧
- ✦ 异议处理技巧
- ✦ 缔结的技巧

ISBN 7-80728-160-X



9 787807 281603 >

ISBN 7-80728-160-X

F · 1317 定价：19.00 元

访问销售人员的红宝书

众行管理顾问有限公司

刘永中 金才兵

梅明平

策划
著

访问销售 训练营

FANGWENXIAO
SHOUXUNLIANYING



廣東省出版集團
廣東人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

访问销售训练营 / 梅明平著. —广州: 广东经济出版社, 2006.1

ISBN 7-80728-160-X

I. 访… II. 梅… III. 销售-方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 124461 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	佛山市浩文彩色印刷有限公司 (南海区狮山科技工业园 A 区)
开本	889 毫米×1194 毫米 1/32
印张	9 2 插页
字数	210 000 字
版次	2006 年 1 月第 1 版
印次	2006 年 1 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 7-80728-160-X / F·1317
定价	19.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: [020] 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市东湖西路永胜中沙 4-5 号 6 楼 邮政编码: 510100

(广东经世图书发行中心) 电话: (020) 83781210

营销网址: <http://www.gebook.com>

·版权所有 翻印必究·

众行管理顾问有限公司简介

众行管理顾问有限公司是华南区最大的公开培训课程提供商之一，每年提供300多天的公开课，每年为企业获得超过1000天次的内训课程，涵盖综合管理技能、人力资源管理、营销、服务、职业发展与个人素质、生产与质量管理、物流、财务等八大领域。

同时，也是国内最大的培训产品开发商之一，现有近百套培训书籍及培训音像产品。拥有专职的资讯研发队伍和音像制作室，首创互动式情景 VCD 制作模式。

最重要的是，公司还拥有一支具有丰富经验的杰出的专职、兼职讲师顾问团队，他们有的来自世界500强企业，有的来自知名学府，都有着丰富的理论基础和实践经验，能够为企业提供切合企业实际的咨询服务。

众行管理顾问有限公司致力于传递无文化障碍的先进管理理念和技术，从而为所有企业搭建一个学习和成长的平台。



《访问销售训练营》
定价：19.00元



《八大步骤防窜货》
定价：22.00元



《新产品上市的七种武器》
定价：19.80元

序

访问销售人才是训练出来的！

不管您现在是否正在从事访问销售的工作还是希望从事这方面的工作，都会很羡慕成功的销售人才。因为，在我们的环境中，一位成功的销售人才，不仅代表着在事业上有一个机会无穷、光明灿烂的开端，而且对他的整个人生历程，都会产生积极的作用。销售人才不论在哪里都能成为炙手可热、各方争取的对象。

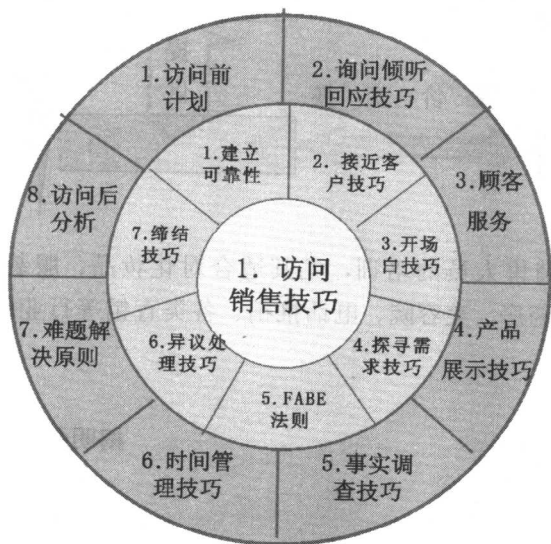
成功的访问销售人才和金牌运动员一样，是严格训练的结果。

访问销售，作为销售的一种形式，一直以来，都受到企业、尤其是中小型企业、新企业的重视，对于访问销售的主体——销售人员来说，他们的销售技能的高低，直接影响到企业的销售业绩，甚至

决定企业的生存。

“访问销售训练营”围绕“1:7:8”原则展开。“1”代表“访问销售技巧”；“7”代表访问销售所需要的“7项核心技能”；“8”代表访问销售所需要的“8项基本技能”。如图所示。

同时，访问销售训练营主要分三

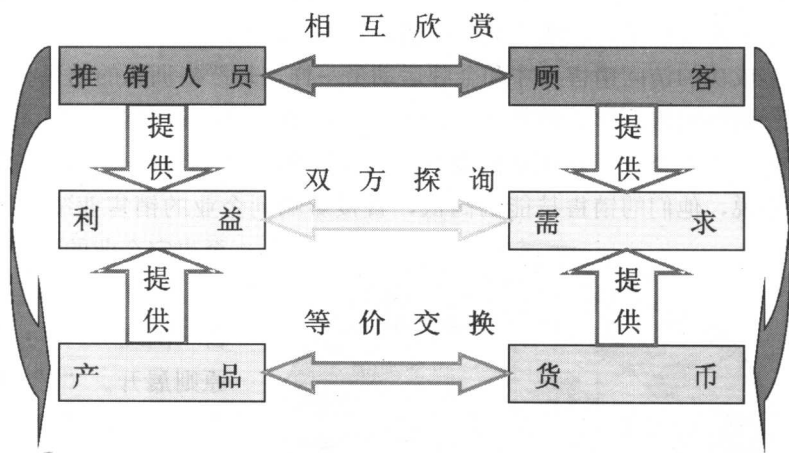


个层面加以叙述：

第一阶段：推销人员与顾客之间在“人”的层面上，如何建立起一种“相互欣赏”的关系。即推销人员要完成“推销自己”的过程。

第二个阶段：通过咨询诊断，推销人员要确认顾客的“需求”，同时，要告诉顾客，推销人员所提供的“利益”能满足顾客的需求。即双方完成“相互探寻”阶段。

第三个阶段：推销人员提供“产品”，顾客提供“money”，完成“等价交换”阶段。



本书适合对所有销售人员的培训，尤其适合对化妆品、服装、咨询、保健品、OTC 药房、美容院、电话推销、各类直销等行业的销售人员的培训。

梅明平

目 录

1	第一部分 访问销售专业技能
3	访问销售技巧自我测试表
5	第一章 访问销售程序
12	访问销售技巧练习
14	第二章 建立可靠性
26	附录一:名片运用技巧
31	附录二:避免不当的肢体语言
35	建立可靠性分组讨论
36	第三章 接近客户技巧
52	接近客户技巧练习
53	第四章 开场白的技巧
65	附录:如何面对拜访挫折感
74	开场白技巧训练
75	第五章 探寻需求的技巧
87	附录:再访客户的二十种技巧
92	需求意识化的程序练习
94	第六章 产品的 FABE 销售技巧
103	附录:十分钟法则
108	产品的 FABE 销售术练习
110	第七章 异议处理技巧
127	发掘准客户的二十招
135	处理异议练习——话中之话
136	异议处理练习——CPLA(扮演客户者)
138	异议处理练习——CPLA(扮演销售人员)
140	异议处理练习——编写案例

142	第八章	缔结的技巧
157		缔结观念练习
159		缔结技巧练习
161	第二部分	访问销售基本技能
163	第九章	访问前计划及访问后分析
170		访问前计划及访问后分析观念复习
172		访问销售程序设定表
173		角色扮演练习
174	第十章	询问、倾听与回应的技巧
189		附录一:避免沟通中的十一种致命的过失
194		附录二:倾听倾听再倾听
202		附录三:恰当的提问
209		询问、倾听与回应的技巧练习
210	第十一章	顾客服务
218		顾客服务练习1——深刻难忘的服务体验
219		顾客服务练习2——认清谁是顾客
220		顾客服务练习3——基本服务
221	第十二章	产品展示的技巧
226		产品展示语言练习
227	第十三章	事实调查的技巧
231		附录:克服恐惧心理
234		事实调查——问卷调查法练习
235	第十四章	访问销售时间管理
265		计算每月平均访问次数练习
266		拟订标准的每日路线练习
269	第十五章	拜访销售难题及解决原则

第一部分 访问销售专业技能

- ☐ 访问销售程序
- ☐ 建立可靠性
- ☐ 接近客户技巧
- ☐ 开场白的技巧
- ☐ 探寻需求的技巧
- ☐ 产品的 FABE 销售技巧
- ☐ 异议处理技巧
- ☐ 缔结的技巧

访问销售技巧自我测试表

编号	问 题	是	有时	否
1	你觉得访问销售是一件具有挑战而又很有趣的工作吗?			
2	你是否重视社交礼仪及你的穿着、打扮?			
3	你在访问销售时,是否不害怕直接访问高层领导?			
4	你是否很少发生还没来得及向客户说出“访问销售话语”就被请出门?			
5	你是否对不同类型的客户做初次访问时,都能选择出适当的沟通语言?			
6	初次访问客户,你是否能迅速引起客户的兴趣并能主导会谈的进程?			
7	你是否能引导客户说出他的需求,而不让客户感受到被质询的压力?			
8	你介绍产品时,是否能遵照 FABE 法则?			
9	你是否能运用询问的技巧找出客户的问题及未满足的需求?			
10	你能很容易地区别客户真的拒绝和假的拒绝吗?			
11	当客户提出异议时,是否能将异议转变成探求客户需求的好机会?			
12	当客户指出你产品的真正缺陷时,你是否不觉得处理起来有点棘手?			

续表

编号	问 题	是	有时	否
13	当客户说出“没有决定权”、“不需要”、“没有钱”时，你是否感到处理起来还是很得心应手？			
14	你是否善于运用“建议书”，以达成缔结的目的？			
15	你是否能充分利用试探性缔结及中途缔结，以达成最后的缔结？			
16	当客户不愿立刻接受缔结而有意延迟时，你是否能立刻从另一方向引导客户缔结而不因此中止谈话？			
17	你对不同性格的客户都能有效地进行访问销售吗？			
18	你是否在任何时候都能做到让客户没有被迫推销的感觉？			
19	你是否能被客户看出是能替客户解决问题的销售人员？			
20	你过去所接受的访问销售业务，是否能有效地协助你处理每日访问销售所面临的压力？			
合计				

填表说明：回答“是”得5分；回答“有时”得3分；回答“否”得1分。

评分说明：80分以上：你已经是一位杰出的访问销售人员了，可以随心所欲地应对销售中所遇到的问题和困境。60~80分：你可以应对访问销售中一般性的销售问题，属于有发展潜质的访问销售人员。60分以下：在访问销售过程中，会有许多问题困扰着你，你需要通过培训以提高你的专业访问销售技能。

第一章 访问销售程序

导 言

当你加入到访问销售行业时，你会发现，访问销售既是一件很枯燥的事情，也是一件很有趣味的东西，如果你了解了访问销售程序，并经常训练按照这种程序去进行访问销售，你除了在销售过程中获得挑战的乐趣外，在金钱方面也会有丰厚的回报。

重 点

一、访问销售程序是基础

1. 建立访问销售程序的概念。
2. 访问销售程序的学习重点。
3. 访问销售程序的好处。
4. 访问销售程序训练的期待效果。

二、访问销售程序

1. 建立关系。
2. 诊断分析。
3. 摘要指示。
4. 掌握态度。
5. 缔结。

三、学习访问销售程序的准备

1. 了解客户如何才会买。
2. 了解与客户使用产品相关的问话。
3. 客户使用产品后能够收到特定的利益。
4. 客户可能提出的反对意见，推托，猜忌。
5. 缔结访问时请求对方采取的行动。



一、访问销售程序是基础

1. 建立访问销售程序的观念。

(1) 在接受销售技巧的训练以前建立明确的访问销售程序的概念。

(2) 在讨论各个销售程序时能够清楚地了解研习各程序在销售访问中的意义。

2. 访问销售程序的学习重点。

(1) 训练销售人员在访问过程中，应用最简易的访问销售程序建立融洽的商谈关系。

(2) 训练销售人员以自己的产品，对模拟的客户演练访问销售程序。

3. 访问销售程序的好处。

(1) 在访问客户以前，能够依访问销售程序的五个步骤计划及准备销售访问。

(2) 按照访问销售程序的五个步骤，以独立自主的心情访问客户。

(3) 在访问客户后，能够按照访问销售程序的五个步骤去检讨访问经过并计划改善。

4. 访问销售程序训练的期待效果。

(1) 销售人员在访问时较为容易进入状态而谈笑自如。

(2) 客户在面对销售人员时，因减少抵制心理而乐于谈论，容易建立访问间的双方关系。

(3) 能够让销售人员容易了解客户需求而有利于提供协助。

(4) 初学者容易尽快进入状态，可以避免摸索而浪费时间。

二、访问销售程序

访问销售程序图解：

