

张鹤 / 主编

Core skills
for salesmen

核心销售 技巧

销售人员快速提升的成功读本



中国纺织出版社

核心 销售技巧

张鹤 主编

 **核心**
XIAOSHUOJIQIAO



中国纺织出版社

内 容 提 要

恰当地运用销售技巧对提高成交率具有非凡的作用,销售技巧运用不当反而会弄巧成拙。

销售技巧有很多,但作为核心的只是其中一部分。本书着力于为读者提供实用的核心方法和技巧,并配以适当的情景案例,增强了可读性与可操作性。它们适用于各种销售情境,适用于各种客户。随着销售人员实践经验的生长,会在本书的基础上引申出很多适用于特定客户、特定情境下的销售技巧。

本书既可作为企业对新销售人员的培训读物,也可以用于自学,自我完善。

图书在版编目(CIP)数据

核心销售技巧/张鹤主编. —北京:中国纺织出版社,2006. 1

ISBN 7 - 5064 - 3534 - 9/F · 0604

I. 核… II. 张… III. 销售学IV. F713. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 102238 号

策划编辑:胡成洁 责任编辑:高 剑 责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

http://www. c - textilep. com

E - mail:faxing@ c - textilep. com

北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2006 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本:880 × 1230 1/32 印张:11. 25

字数:187 千字 定价:22. 80 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

前 言

有位在一家大型电子集团做销售经理的年轻人，这个年轻人此时刚刚大学毕业，踌躇满志准备大展身手。可是几年过去了，这个年轻人毫无业绩可言，不得不无奈地离开了他热爱却带给他无数挫败和痛苦的销售岗位。

这个年轻人的经历或许代表了很多年轻人的经历。做销售，可以成就一番事业，也可以使你无所建树，黯然神伤。

营销界有句名言：销售不是人做的，是神才能做的。这句话道出了销售工作的艰辛，但这绝非意味着做销售没有成功之日。我们可以看到许多卓越的职业经理人，他们都曾或长或短地从事过销售工作。销售工作锻炼了他们的意志、悟性和待人处事的技巧。这些宝贵的财富使他们迈向卓越。

销售是充满技巧性的工作。通过认真学习，充分掌握关键性的销售技巧，并将这些技巧娴熟地运用于工作中，初出茅庐的销售人员就可以成为一名出色的销售高手。

在眼花缭乱的销售技巧中，哪些技巧是必需的？哪些技巧是辅助的？哪些技巧只是适合特定的人使用？哪些销售技



巧只有在特定情境下采用？想必这些问题困扰着许多销售人员，有的销售人员觉得技巧越多越好，于是学习了全部的销售技巧，结果在实践中反而弄巧成拙或有无从下手的感觉。其实技巧并非越多越好，君不见，在行军打仗时，武器装备越多越有攻击力，但同时会使军队丧失灵活性和机动性，在灵活机动的对手面前会一败涂地。

销售人员面对的客户就是灵活机动的非理性对手，他们毫无理由地拒绝你，对你的产品忽冷忽热，对你的推销态度飘忽不定，毫无忠诚可言，这时你需要做的不是盲无目的地推销，而是进行技巧性的销售。

“进行技巧性的销售”说起来很简单，其实是需要你进行努力勤奋学习才能达到。

在众多的销售技巧中，最重要的是需要掌握关键的核心技巧，核心技巧是每一个销售员必须掌握的技能，它适用于任何销售情境，适合于任何产品的销售。掌握核心销售技巧会使你在销售这个战场上战无不胜。

我们通过和成千上万个卓越的销售人员沟通研习，总结出了这套最实用最核心的销售技巧，在书中用简洁生动的语言一一进行讲解，其中既有销售高手成功的经验案例，也有值得每个人引以为戒的失败案例。在“高手点拨”里你还可以看到销售高手在实践中最深刻的销售体悟。这本书可以说是一本介绍核心销售技巧的书，更是无数卓越销售人员的实

战宝典精粹。

当你翻开这本书的时候，恭喜你开始踏上了成功之旅。现在随我们一起去细细揣摩书中介绍的关键销售技巧，然后把它们运用到你的工作中去。记住，要将这些技巧运用到娴熟和自然的程度。

读者的成功是这本书最大的成功，分享你的成功是编者工作最大的动力。让我们默记这句话：成功的关键在于行动，行动的关键在于从此刻开始。

编者

2005年7月



第1章 销售员必备的素质、礼仪与

形象	1
素质是销售成功与否的内在因素	2
销售人员的基本素质	2
成为优秀的销售员	7
礼仪——销售成功的关键	20
不忽视礼仪细节	20
讲究说话的艺术	21
动态的外表——举止礼仪	23
良好的第一印象	28
衣着形象	28
仪容形象	33



第2章 不同阶段的销售技巧 37

销售前的工作技巧	38
站在客户的角度了解商品知识	38
寻找准客户	40
销售解说前的准备工作	44
让自己成为专家——从产品看到未来	44
自己扮演最刁钻的客户——把产品销售给自己	46
攻其不备：研习销售制胜谋略	48
借“砖”敲门谋略	49
借名钓利谋略	50
幽默诙谐的谋略	51
装愚示傻谋略	53
销售中的工作技巧	55
开场白要得体	55
说服的技巧	58
学会赞美客户	60
巧妙的探询方式	66
集中自己的注意力	71
摆脱尴尬的捷径	75
获得订单的技巧	79

征询意见法	80
从较小的问题着手法	80
选择法	81
即时总结法	81
直接法	82
成交后维持良好的客户关系	82
让每笔生意来个漂亮的收尾	82
站在双赢的角度考虑问题	83
不为难客户，尊重客户	85
讲究诚信，坚持原则	86
替客户着想，多做些销售之外的事情	86
如何处理客户的不满	88
倾听客户的抱怨	88
充分地道歉	88
了解当时的实际情况	89
提出解决办法	90
询问客户的意见	90
对客户进行跟踪服务	91
 第3章 寻找潜在客户	 93
什么是潜在客户	94
寻找潜在客户的原则	96



寻找潜在客户的理论原则	97
寻找潜在客户的一般原则	98
如何寻找潜在客户	100
寻找潜在客户的方法	100
寻找潜在客户的渠道	104
给潜在客户分类	115
和潜在客户建立良好关系	116
事先预约——有效利用电话联络	117
正式接触——留下良好的第一印象	121
有效沟通——建立良好关系的基石	123

第4章 了解你的客户到底想要 什么 129

掌握好自己客户的信息	130
先定义你的客户	130
如何了解客户需求	131
客户需求的五个层次	134
客户的产品需求	135
客户的服务需求	136
客户的体验需求	136
客户的关系需求	137

客户的成功需求	138
了解客户需求的方法	139
对客户的需求进行提问	139
对客户的需求进行重述	144
了解客户购买欲的客观差异	145
客户购买动机——男女有别	146
客户购买动机——老少有异	148
第 5 章 拜会你的顾客	151
如何约见你的客户	152
如何做好拜访计划	156
拜访计划毫无用处吗	156
设计拜访计划	159
拜访客户的“5W1H”技巧	161
Why（为什么）	162
Where（什么路线）	164
Who（拜访谁）	165
When（什么时间）	167
拜访时的好印象如何建立	170
良好的外表	171
良好的身体语言	173



营造愉快的气氛	177
问候与寒暄	177
真诚的赞美	178
学会开玩笑	179
做好你的开场白	180
利用好奇心开场白	180
正话反说的开场白	182
设身处地地设计开场白	183
称赞你的顾客的开场白	184
允诺好处和利益的开场白	187
第6章 有效地进行销售陈述	191
销售陈述是销售人员的基本功	192
如何做好销售陈述	193
销售陈述前的准备工作	193
把握陈述的时机	195
销售陈述技巧运用	197
产品说明	205
产品说明	205
图片讲解法	208
产品的展示	211

第7章 如何处理客户异议 221

客户总是喜欢提出异议 222

 客户为什么有异议 222

 客户的异议有三种类型 224

真正的销售从异议开始 225

 处理异议的三个基本前提 226

 做好事前准备 228

 处理态度要诚恳 229

 积极询问,判断异议的真正原因 230

 审慎回答,保持友善 231

 不与客户争辩 231

 要给客户留“面子” 233

 准备撤退,保留后路 236

选好恰当的时机 238

处理客户异议的六个经典技巧 240

 忽视法 240

 “是的……如果”法 241

 补偿法 243

 直接反驳法 244

 太极法 245

 询问法 248



委婉处理法 250

第 8 章 快速达成销售协议 253

什么时候达成协议 254

 达成协议的条件 255

 达成协议的时机 256

 达成协议的准则 258

达成销售协议 260

 主动与客户提出交易 260

 运用技巧促成协议 263

达成协议后——争取更多的订单 280

 启发式销售 281

 未达成交易的注意事项 283

第 9 章 攻克大客户的技巧 285

什么是大客户 286

大客户资料的收集 288

 搜集客户资料 289

 竞争对手的资料 289

 项目的资料 290

客户的个人资料	291
争锋的焦点：价格谈判	294
不急于先报价	295
报价技巧	296
留出缓冲时间	297
比低价更有效的策略	299
经营感情：留住大客户	301
让客户对你满意	302
让客户眼里只有你	304
及时处理大客户的抱怨	306
第 10 章 网络销售技巧	311
在网上开店销售产品	312
在 eBay 网上销售产品	312
在淘宝网上销售产品	313
在 8848 上销售产品	314
让店铺成为众人浏览的“明星”	314
诱人的金字招牌	314
充满魅力的店标	316
提高成交率的商品描述	316
注意搜索引擎的关键词	321
成功经营：及时沟通	323



电子邮件列表营销	325
如何使用电子邮件列表	327
做个自己的网站	328
推广出去	330
让客户找到你	331
走出网站把网络客户请进来	333
网络销售策略	334
消费者策略	334
方便性策略	335
走上网络销售的成功之路	336
访问量转换成利润的要领	336
三个注意事项	340
参考文献	343
后记	344

第 1 章

销售员必备的素质、礼仪与形象



一个优秀的销售员，一定要有良好的自身素质，这个素质包括心理素质、业务素质等多方面。一个优秀的销售员，一定要比其他人更注重礼仪和形象，将形象也看做自身素质之一。当与客户初次见面时，在第一印象上就已经赢了。