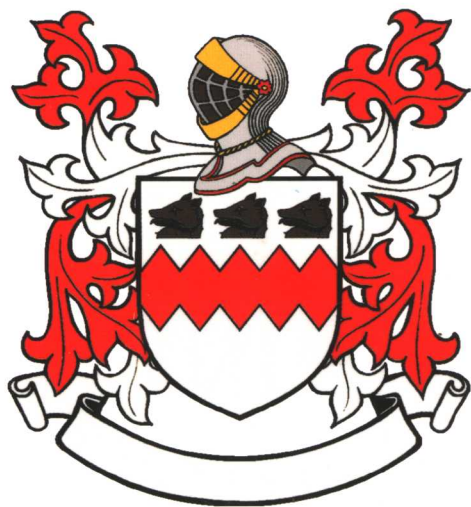


DETAILS IN
SELLING DECIDE THE SUCCESS

赢在细节

决定销售成败的 10 个关键点

李 强◎编著



“没有细节，就不可能有最成功的销售；没有细节，就不可能有最出奇的销售”，这是显而易见的道理。可以讲，你不注重销售细节，就会成为一个失败者。

海潮出版社

DETAILS IN
SELLING DECIDE THE SUCCESS

赢在细节

决定销售成败的 10 个关键点

李 强◎编著



“没有细节，就不可能有最成功的销售；没有细节，就不可能有最出奇的销售”，这是显而易见的道理。可以讲，你不注重销售细节，就会成为一个失败者。

海潮出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

赢在细节 / 李强编著. —北京: 海潮出版社,
2005

ISBN 7-80151-971-X

I. 赢… II. 李… III. 销售-经验 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第015716号

赢在细节

李 强 编著

☆

海潮出版社出版发行 电话:(010)66969736

(北京市西三环中路19号 邮政编码100841)

中国电影出版社印刷厂印刷

开本:787×1092毫米 1/16 印张:20 字数:300千字

2005年6月第1版 2005年6月第1次印刷

印数:1-10000册

ISBN 7-80151-971-X / C·211

定价:29.80元

前言

“没有细节，就不可能有最成功的销售；没有细节，就不可能有最出色的销售”，这是显而易见的道理。可以讲，你不注重销售细节，就会成为一个失败者。

本书的主要问题是比较全面地分析“赢在细节”的策略和战术。为什么要提出这个问题，又如何合理地回答这个问题？既是本书的难点，也是众多推销员关心的热点。

所谓“赢在细节”，我们是基于这样的考虑：根据著名营销学大师威廉·罗克尔的观点——“世界上最优秀的销售员必须经过三个步骤的提升，一是初级阶段的模仿，二是中级阶段的发挥，三是高级阶段的创造。这三级是一个逐步深入细节同时也是自由创造的过程。真正的销售员是进入到高级阶段的，他们在这个阶段完全能够形成自己的销售风格，一方面有自己的销售策略，另一方面有自己的销售手段，完全懂得与顾客沟通的智慧。”这就是一种“赢在细节”的观念，即高级阶段的细节式销售。

细节式销售的基本理念是：现代市场竞争日益激烈，销售已经成为企业或公司非常重要的一个难题，因为销售的优劣直接关系到效益的全面提升或下滑。为什么有那么多企业或公司，销售产品成为重中之重，就是希望通过最有效的销售快速打开市场，在市场上赢得份额。显然，销售是打开市场的一种魔术手段，如果谁重视它，

谁就能在市场中立住脚，反之，谁就会遭淘汰。

本书不是一般的泛泛之作，而是试图根据现代市场的需求机制，倡导一种新款的“赢在细节理念”。为此，我们认真地提出了下面九大销售细节问题：

- 一、用智慧把销售变成一门细节课；
- 二、突破销售的瓶颈的细节法则；
- 三、销售应知的“出牌细节”
- 四、与顾客面对面的8大细节；
- 五、销售必备的观察细节能力；
- 六、赢利从谈判细节开始；
- 七、把握说话细节等于成功一半；
- 八、有效打破僵局的细节战术；
- 九、成功销售的信心与细节；

细节式销售是成功销售的可行性法则。我们非常关注销售员的细节能力和手段，这是本书的重点。本书能够根据现代市场的变势，尽可能提出一些销售细节的智慧，同时又例举实际个案，争取做到点和面的结合，把销售细节深化和具体化。最后希望关心销售和需要销售的朋友们，能够从本书中有所启发，成为一名细节化销售专家。

祝成功！

目 录

目 录

用智慧把销售变成一门细节课

你用什么方法销售，就会导致不同的销售结果。因此，你应当是一个掌握细节的主人。

把自己“武装”好的方法	003
建立属于自己的“档案”	008
确定好每一次推销的目标	013
巧设灵活的推销战略	017
千万别泄露自己的秘密	020
多方打通信息的渠道	025

突破销售瓶颈的细节法则

必须做什么与不必做什么，给我们提供了一种解决销售细节难题的思考模式。

靠火眼金睛侦察对方的“线索”	031
摸清对方隐藏的“底牌”	034
善于接住对方抛出来的“问题球”	038
要牢记四个“别”字	040

学会“蚕食”对手的优势	044
顶住对手施加的压力	046
把底线当防线	050
把握临时突变的时机	054
学会静观其变	057

销售应知的“出牌细节”

对于销售最简单的概括，即为“何时出牌”？而出牌又必须细节战术。这两点必须牢记！

该冒险就冒险	063
攻其不备，出其不意	066
避实就虚	069
该回避就回避	071
因人而异，战术多样	073
采取迂回战术	076
抓住时机，趁势而动	079
善于操作“激将术”	084

与顾客面对面的8大细节

面对顾客的种种细节，初看起来并不重要，但它们却是成功销售的“硬币”。

发挥自己的谈话魅力	091
-----------	-----

目 录

用微笑打动顾客	093
围绕目标下苦功	098
刺探购买的底细	102
说话也需要技巧	105
掌握以退为进的伸缩技巧	107
赢得顾客心灵的绝招	109
把顾客的面孔和名字刻在心里	112

销售必备的观察细节能力

最出色的销售员一定具备两个以上猎手一般的观察力。

能满足的就满足	121
摸透顾客的好奇心	124
当着顾客的面示范	126
让小故事发挥大作用	128
付出一片关爱的心	132
把话题拉得越近越好	139

赢利从谈判细节开始

在销售的过程中，最通俗，也最实用的细节法则——我赢你也赢。

切勿追求单赢	147
让对手有满足感	152

赢在细节

莫因小利而失大利	156
达到“双赢”的结果最理想	161
抬高身价，吊住对方胃口	164
确定“最后期限”	168
让对方尝到一点满足的甜头	172
围绕底价讨价还价	175
迫使对方先报价	178
以最低价换得最高服务	181

把握说话细节等于成功一半

与客户对话的任何细节，直接关系到你是被翻盘，还是别人被翻盘。

区分出“不要”和“要”	187
提问方法要多种多样	189
赢得上风的办法——多问少答	195
巧妙说服	198
善于应对的5个诀窍	202
避免“谈不下去”	209
遇到问题，及时沟通	212
制造良好的谈话气氛	217

目 录

有效打破僵局的细节战术

把本领变成活用的方略，把谋略化为致胜的手段。这是有效打破僵局的细节战术。

懂得让步的策略和方法	225
利用时间的缓冲作用	229
巧妙处理异议	234
放弃立场的争执	236
学会暂停和拖延	239
敲定大局有奇术	242
以坦诚和信誉为筹码	252
突破僵局15法	257
巧收“官子”	262

成功销售的信心与细节

带着信心销售往往可以战无不胜，反之，如果失去它，就等于你已经成为一个可怜的销售低手了。

信心是推销成功的第一把钥匙	269
带有“勇敢”两字开始推销	275
要有吃掉失败的精神	278
没有激情，将一事无成	282
把“胆怯”两字碾碎	287

把拒绝变成接受

290

只要坚持，就会能有赢定胜局

295

细节致胜：最具影响力10个的销售成功个案

只有把最精妙的销售规则落实到销售的战术之中，才能成为一个永远立足于市场的真正高手！

太麦克斯的破坏性广告

301

车轮式攻势

302

汉斯的机智

303

赚钱再付钱

304

以速度制胜

305

巧用名人效应

306

以一带十营销术

307

巧用感情战术

308

以二择一促销法

309

赚有钱人的钱

310

用智慧把销售变成一门细节课

你用什么方法销售，就会导致不同的销售结果。因此，你应当是一个掌握细节的主人。

把自己“武装”好的方法

推销员必须要有武装自己的本领，例如：

(1) 装饰外表

俗语说：佛要金装，人要衣装。服装对业务人员也同样重要。应当注意以下两点：

第一、服装要整齐。一般推销人员很少穿公司制服去拜访客户。但客户来访，必须穿制服接待。不论制服也好，便服也好，总之应该整洁大方，不能邋邋遢遢，不修边幅。必须注意衬衫的领子、袖口是否干净。裤缝是否挺直也很重要。鞋子也应千万注意保持光亮。袜子也不可不小心，有人穿着松松垮垮的袜子，都落到脚跟上了，实在是不雅观。

第二、注意个人卫生。除服装必须整洁外，还应该注意自身的清洁。头发一定要整齐，不要披头散发或满发油光与人交谈。肩头上布满头皮屑也叫人不敢恭维。此外，奇形怪状的发式也令人反感。指甲应经常修剪，指甲缝要注意清理。手帕看似不算什么，但也影响到他人对你的印象，应当每天换洗。

(2) 准备好文件及样品

离开公司或家门之前，一定要慎重检查一下东西是否齐全了。当然，业务不同，推销内容也有差异，必带物品也有很大出入，以下仅供参考。

①必备品。主要有：手帕、手表、钱包、钢笔、名片、眼镜、

笔记本、钥匙、打火机，工作证、驾驶执照等必要证件。

②公文包中物品。业务员的公文包中，必须放一些业务必需的物品，如：样品、文件、介绍信、产品说明书、价目表、发票及收据、计算器、印章、印泥、街道地图、小包卫生纸、零钱及给对方的赠品等。

(3)巧递名片

第一次访问客户，一定要交换名片。即使在预约的电话中已经通过话，彼此也已通名报姓了，还是应当交换名片。而这应该讲究一定的规矩，有一定的礼数。

①递出名片的方法。名片不能放在桌子上，或者放在桌上推出去，这样是很不礼貌的。名片应该自下而上递出，递出时名片的正面要正对着对方。名片递出时也不要上下、左右摇晃。递出的同时，自报一下姓名，如果对方叫不出你的名字，那是很尴尬的。

②接受名片的方法。对方向你递出名片时，尽可能用双手去接，不要随随便便使用两根手指一挟了事，态度应该谦恭、有礼、诚恳。如果对方的名字中有不认识的字，不妨直率地询问对方读法，不必觉得不好意思。接过名片以后也不要随手放在哪个地方，应该迅速看清内容，再收入口袋里。

③注意保存名片。不管对方或自己的名片，都应该注意保存好。自己的名片，应该每天带好，可以多准备几张，放在西装、衬衫口袋等立刻能拿到的地方，免得到时手忙脚乱，乱翻一气，找不到时只好讪讪地向对方说：“对不起，名片刚好用完了！”

④名片可做话题。互相交换的名片中，往往隐藏着一些可以用来交谈的材料，双方可以就此展开交谈。

(4)注意自己的风度

风度同服装一样都是表面的东西，但重要性是相同的。

首先应该保持正确的礼仪。应当注意：

①和女性、长辈握手时，应等对方先伸出手，不可贸然采取主动。如果对方不愿握手，就不要勉强。握手时态度要热情一些，但不可过火。

②不握手可用点头来表示敬意。这时要微微含笑，但不要嬉皮笑脸，让人误解。态度应当庄重温和，彬彬有礼。

③互致敬意时，不要把双手插在口袋里或双手叉腰，双手应该置于身体两侧或交叉腹前。

其次，注意你的形象。

①入座时应礼貌地点头，表示谢意，然后平稳地坐好。

②坐姿应该注意。不要弯背曲腰，像个大虾米；也不要跷起二郎腿，或两腿叉开太大。虽不必像古人云“坐如钟”那样严格，但也要讲究点分寸，不要过于放松自己。

初逢对手，态度不要过于亲昵或大大咧咧，应当保持一定距离，庄重有礼。

(5) 注重礼节

推销时，温文尔雅、彬彬有礼是非常重要的。

如果在对方的接待室推销，要坐在靠门的地方等候。在对方到达之前，不要吸烟、喝茶。对方到达以后，如果对方不抽烟，即使有烟灰缸也不要抽烟。对接待人员要表示谢意，但不要马上端过茶来喝，等对方请你用茶时，再喝也不迟。接待人员给你送来毛巾，只能拿毛巾轻轻擦拭额头和手，用过以后轻轻折好放下。

有一些人的习惯性动作和举止，自己习以为常，而对方却容易误会，从而使推销进行得不愉快。小王是某公司的业务员，有一次

去推销化妆品，客户看过样品之后问：“这种化妆品比其他化妆品有什么显著优点吗？”小王习惯性地去搔头，客户一见，以为小王本身也未必知道这种化妆品的优点，显然对它也没有什么信心，于是就打消了想买的念头。搔头皮、摸鼻子、摸下巴、揪耳朵、擦脑门、搓手、双手抱胸、跷二郎腿、颤脚、擦鼻涕，都是在不自觉中做出来的动作，自己当然无所谓，而在客户看来，则别有意味了，应该时刻注意。

在对方家中时，对其家人要有礼貌，不要东张西望，问东问西。如在公司外的某个场所约会，要注意不要把推销搞成宴会。席间也不要喝太多的酒，更不能强迫对方也一同喝酒。

刚与对手见面时，必定要说几句客套话，虽是客套，可也非常重要，值得注意。这数分钟的寒暄，有助于气氛的融洽，有助于推销正题气氛的营造。

在寒暄阶段，对人都要尊称“您”，无论男女，无论年纪大小，都不要直呼“你”。见到对方应客气而适度地问候“您好！”“您早！”“打扰您了！”但也不可过于客气，使人毛骨悚然，浑身不自在。

第一次访问，应该注意：

①不能太过于豪放，不拘小节。初次见面，人生地疏，如果偏偏表现得像老友重逢，实在让人受不了。亲疏之别是不能忽视的。李某是一名推销人员，初到某地，见到自己的客户，热情异常，与其称兄道弟，还大拍对方的肩膀，并要与客户下馆子，其结果必然是客户心里讨厌，最后溜之乎也。

②见面后要简洁地自我介绍，如“我是××公司的××，是和您昨天约好的。”不要废话太多不给对方插言的机会。女职员在拜访