



业务员迅速掌握销售技巧的平台
造就最佳业务员的优秀培训读本

最佳业务员 手册

The Handbook of The Best Salesmen

于富荣 廖康强 主编



做一个普通业务员容易，但做一个最佳业务员
却非常不容易。在业内，大部分的业绩都是最佳业务员创造出来的，
最佳业务员与普通业务员的区别就在于
前者“精于此道，以此为生”，同时他们
足够努力。



中国纺织出版社

最佳业务员

手册



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书以培养最佳业务员为目标,分别从“基础”和“实践”两个方面进行阐述,内容包括业务员应具备的内功、市场知识与销售理论、消费者心理与销售心理、销售中的语言艺术、业务员的着装与服务礼仪以及签订业务合同的相关知识;有效寻找客户、成功接近客户的方法、与客户有效沟通的技巧、实现成交的技巧、服务与客户管理、做一个优秀的业务主管。

本书通俗易懂、实用性强,针对销售工作中可能遇到的各种问题,提出了最为有效、最切合实际的解决办法。

图书在版编目(CIP)数据

最佳业务员手册/于富荣,廖康强主编. —北京:中国纺织出版社,2006. 1

ISBN 7-5064-3551-9/F·0611

I. 最… II. ①于…②廖… III. 销售-方法 IV. F713.3
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 111071 号

责任编辑:向连英 特约编辑:冯晓玲 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:11.75

字数:203 千字 定价:22.00 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

业务员的作用是什么呢？

有人曾提出，20 世纪 60 年代的“推销术”是“倾诉术”。当时，业务员被称为推销员，其主要工作就是去敲顾客的门，然后向他们介绍“我们的好产品”。20 世纪 70 年代竞争更加激烈，业务员需要从事产品交流，细节介绍，劝导，处理反对意见，签订合同等富有挑战性和创造性的工作。进入 80 年代，出现了咨询这个新概念。业务员变成了客户的顾问。为了卖出自己的产品，他们必须与客户进行交流，请求使用他们的产品而不要使用竞争者的产品。其目的是为了帮助顾客做出明智的、以结果为导向的决策。到了 20 世纪 90 年代，业界提出了参与的概念。“销售”意味着“参与”。在市场上，竞争的胜利者将是这样一些组织：它们认识到自己与客户的关系不是“打了就跑”的关系，而要通过销售与客户形成一种长期的关系。这种关系的精神体现为：“客户今年或明年不一定需要业务员的产品或服务，但是，将来总有一天，他会来到市场。业务员必须为此做好准备，如果业务员向这种特殊的关系投资，当他需要的时候，业务员就会成为第一个供应者。同时，业务员要像客户一样随时懂得客户的



最佳业务员

手册

需要。”

在新的销售环境中，业务员将变成“客户经理”，与客户保持相当长的合作关系，他（她）的工作质量就像他（她）在短时间所卖出的产品数量一样重要。

其实，做一个普通业务员容易，但做一个最佳业务员却非常不容易。在业内，大部分的业绩都是最佳业务员创造出来的，最佳业务员与普通业务员的区别就在于前者“精于此道，以此为生”，同时他们足够努力。

假如你想从事业务员工作，假如你是一个不折不扣的新手，如果你能认真阅读本书，那么我想，经过本书的洗礼及你的刻苦实践，假以时日，你一定能成为一名最佳业务员，这也是我撰写本书所力求要达到的效果。

本书在编写过程中参考了大量的书籍和其他资料，吸收了不少人的成果和观点，限于本书的体裁，不能一一注明出处，诚对各位作者的劳动表示感谢与敬意。因本人阅历、水平有限，书中难免有失误之处，欢迎广大读者和业界人士多多批评指正，以期在再版中获得纠正。

编者

2005年6月于北京

The Handbook of The Best Salesmen

2

前言

目 录

基础篇

第一章 业务员应具备的内功	3
一、业务员应具备的能力	4
二、业务员应具备的职业态度	6
三、业务员应了解自己的企业	7
四、业务员应了解企业的销售政策	9
五、业务员应了解产品与服务	13
六、业务员应善于管理好自己的时间	17
第二章 市场知识与销售理论	21
一、什么是市场	22
二、市场体系与购买行为分析	25
三、市场营销策略与常用方法	31
四、分销与促进销售策略	34
五、市场调查与市场预测的方法	36
六、商务洽谈的基本程序与技巧	42



最佳业务员

手册

第三章 消费者心理与销售心理	53
一、消费者购买心理行为分析	54
二、消费者的个性心理特征	55
三、消费者购买动机与购买行为分析	60
四、影响消费行为的因素	63
五、业务员心理品质分析	66
第四章 销售中的语言艺术	71
一、销售洽谈语言	72
二、柜台服务语言	76
三、收银员工作语言	80
四、正确使用服务用语	82
五、社交语言的运用	84
第五章 业务员的着装与服务礼仪	87
一、服务礼仪的要素	88
二、服务礼仪的原则	90
三、销售服务中的常用礼节	92
四、仪表与风度	98
五、行为举止的礼仪	103
六、体态语言艺术	109
七、涉外商务礼仪	112



第六章 签订经济合同的相关知识	129
一、经济合同的法律规范	130
二、签订经济合同的程序	132
三、经济合同的主要条款及用语	135
四、履行经济合同的原则	136
五、经济合同的变更和解除	138
六、无效经济合同的识别	141
七、经济合同纠纷的处理	144

实践篇

第一章 有效寻找客户	151
一、掌握顾客的消费心理	152
二、寻找和评估潜在客户	155
第二章 成功接近客户的方法	171
一、对销售对象进行背景调查	172
二、确定具体的销售目标和作业计划	175
三、约见客户	183
四、接近客户的方法	194
五、保持客户的注意与兴趣	203
六、激发客户的购买欲望	206



最佳业务员

手册

七、面谈的方法	212
八、处理客户异议	220
 第三章 与客户有效沟通的技巧	237
一、陈述的技巧	238
二、提问的技巧	244
三、记住对方的姓名	248
四、当一名称职的听众	250
五、行为语言的识别和运用	253
六、不说竞争对手和同行的坏话	255
七、打电话的艺术	257
八、时刻不忘赞美别人	261
 第四章 实现成交的技巧	267
一、成交是最具挑战性的工作	268
二、成交的主要障碍	270
三、签约前的准备	272
四、成交过程中的戒律	274
五、把握最好的成交时机	276
六、施加压力和抵御压力	279
七、成交的策略	284
八、努力达到双赢	287



九、成交的方法	300
十、在电话里促成交易	306
十一、最好的成交价格	312
十二、追讨欠款的方法	321
 第五章 服务与客户管理	327
一、做好成交后的工作	328
二、建立良好的客户关系	334
三、提供尽善尽美的售后服务	336
四、与未成交的客户保持良好关系	338
五、重视客户资料的管理	340
 第六章 做一个优秀的业务主管	345
一、业务主管应具有的能力	346
二、编制年度营业计划	348
三、做好目标管理	351
四、让下属完成任务	353
五、强化业务部门的整体绩效	356
六、激励下属业务员	359
七、业务主管的成功之道	362
 参考文献	365

基础篇

- ◆ 业务员应具备的内功
- ◆ 市场知识与销售理论
- ◆ 消费者心理与销售心理
- ◆ 销售中的语言艺术
- ◆ 业务员的着装与服务礼仪
- ◆ 签订业务合同的相关知识





最佳业务员

手册

每一位业务员在推销工作中都具有某些天赋和资质，但最重要的是要在学习和锻炼中积累经验、培养能力。

The Handbook of The Best Salesmen

第一章

业务员 应具备的内功



最佳业务员

手册

一、业务员应具备的能力

推销工作虽然要求推销业务员具有某些天赋和资质，但更重要的是要在学习和锻炼中积累经验、培养能力。

业务员应具备良好的表达能力、敏锐的观察能力、较强的社交能力、较强的自我控制能力、高超的应变能力、把握最佳销售时机的能力。

（一）良好的表达能力

良好的语言表达能力是胜任推销工作的基本条件。语言表达能力是指业务员运用有声语言及行为语言准确传达信息的能力。没有语言艺术，就没有推销。

（二）敏锐的观察能力

敏锐的观察能力是业务员深入了解顾客的心理活动和准确判断顾客特征的必要前提，没有敏锐的观察能力，就不可能判断和使用有效的推销技巧。顾客的每一个行动背后总有其特定的动机和目的，具备敏锐的观察能力，才能透过表面现象，看到问题的实质。



（三）较强的社交能力

社交能力是衡量一个业务员能否适应现代开放社会和做好本职工作的重要标准，在与客户洽谈的过程中，往往有些问题在正式谈判场合不能得到解决，而在社交场合却能得到圆满解决。

（四）较强的自我控制能力

较强的自我控制能力是业务员应该具备的一项重要能力。大部分业务员是在企业之外独立从事推销活动的，如果缺乏自我管理、自我激励，就无法完成推销任务。业务员有很多机会接触资金和商品，很容易受物质的诱惑，如不加强自我约束、自我监督，就可能做出违纪违法的事情。

（五）高超的应变能力

高超的应变能力是因销售活动的多样性、多变性对业务员的客观要求。每次销售活动总会受各种因素的影响，顾客态度和要求的变化、竞争者的加入、企业销售政策的更改、对方谈判人员及方式的变更，往往会使推销进程出现意想不到的曲折，而业务员对此必须采取灵活的应变措施，才能确保销售任务的完成。



最佳业务员

手册

（六）把握最佳推销时机的能力

有利的销售时机是指能够最大限度发展销售效能的时间与机会，在人、财、物等条件相同的情况下，能抓住有利时机，从而出现良好的销售效果。

二、业务员应具备的职业态度

业务员必须本着对企业负责、对客户负责、对自己负责的态度开展工作。

（一）敬业精神

敬业精神就是对工作的高度热忱和强烈的进取心。业务员有了敬业精神，才能使自己的聪明才智得到充分发挥；才能不断努力并实现更高的目标，才会有对企业和对客户的责任感，才能自觉地抑制自己的不良行为。

（二）职业道德

首先，业务员在销售活动中要遵守法律法规；其次，业务员要在向人们销售产品的同时向人们“销售”精神文明，努力克服某些恶劣的商业习惯，消除人们对销售工作的误解；



再次，业务员要自觉执行国家的方针政策，维护国家利益，坚持国格、人格。

业务员在销售过程中，绝对要避免说谎、吹牛甚至串通欺骗。

（三）勤奋好学精神

一个优秀的业务员必须具有勤奋好学的精神，才能使自己适应工作的要求，进而在事业上有长足的发展。首先，要努力掌握完成工作所必需的多种知识和技术；其次，要善于思考，还应善于学习同行的经验，从中获得有益的启示。

三、业务员应了解自己的企业

一个优秀业务员，必须了解自己的企业、自己所推销的产品、自己将要面对的竞争者，成为行家里手。

（一）了解企业的基本情况

1. 企业的发展历史

业务员了解企业的发展历史，可以获得许多有价值的资料，其中相当一部分可以用来在顾客中树立本企业形象、传播企业的文化。这些资料包括：企业创立的时间与地点，早