

能改变千万人命运的书

教你提前成功的方法

超级

说服式销售



CHAO JI SHUI FU SHI

诠释说服力与影响力的 **奥秘**

揭晓说服式销售成功的 **要诀**

蔡易来 著

中国青年出版社

F713.3
105

超级说服式销售

蔡易来 著

中国青年出版社

(京)新登字 083 号

责任编辑:黄大卫 曾熠 陈轶

图书在版编目(CIP)数据

超级说服式销售/蔡易来著. —北京:中国青年出版社, 2004

ISBN 7-5006-5930-X

I. 超... II. 蔡... III. 销售-方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 087489 号

中国青年出版社 出版 发行

社址:北京东四 12 条 21 号 邮政编码:100708

网址: <http://www.cyp.com.cn>

<http://www.cyavp.com>

电话: (010) 84036165 (010) 64010114

北京正豪彩色印刷有限责任公司印刷 新华书店经销

※

635×965 1/16 13.25 印张 2 插页 200 千字

2006 年 1 月北京第 1 版 2006 年 1 月北京第 1 次印刷

印数: 1-5 000 册 定价: 28.00 元

商界名流书评

(排名不分先后)

安踏集团总裁:丁志忠

我们每个人都是推销员。不论我们从事哪种职业,最重要的是,我们首先必须将自己销售出去——推销给自己,这样我们才能找到幸福与心灵的平静。这本书,只要细心研读,就能帮助我们每一个人成为自己的最佳推销员。



2008.2.24

富贵鸟集团董事长:林和平

你的外在个性可以为你打开一扇门,而能让这扇门继续敞开的是你的内在品质。我愿意永远为蔡易来先生在福建打开一扇门。



2008.2.31

三兴集团(特步)总裁:丁水波

终于出现了一本既为商场老将青睐又受到新手欢迎的营销书籍。我第二次读完这本书还是爱不释手。我认为,这是一本最值得一读最有实用价值的书,它可以作为教导推销工作的最佳范本。



2007. 2. 20

大帝集团董事长:吕培榕

每一个人都应该读一读《超级说服式销售》。这是一本应该随身携带的好书,置于床侧,或放在客厅里。可以浅尝也可以深品。它是一本值得一读再读的好书,久而弥新,好像一位良师益友,在思想上、精神上、行为上指导你,给你鼓舞,是你立于不败之地的力量源泉。



2. 31

福建百宏集团董事、总经理:吾金铤

我深深地被《超级说服式销售》这本书所感动。它无疑是我读过的最好的书籍。它的好处太多了,不胜枚举。我只在此强调两点:第一,你拿到此书肯定会爱不释手,一口气读完;第二,每一个人,包括你我,都不可错过此书。



2007. 2. 2

第一章 说服	1
一、说服的力量是巨大的	2
二、说服最重要的是要明确所要的结果	3
三、说服式销售十步骤	7
第二章 说服式销售三大法宝	11
说服式销售三大法宝	13
第三章 非语言沟通的力量	49
一、非语言沟通	50
二、非语言反应	54
第四章 说服式沟通	79
一、对象不同,沟通的方式不同	80
二、沟通的要素是说服	82
三、找出客户想要的结果	84
四、说服是一个过程	90

第五章 调准频道	95
一、镜面映射法	96
二、贯通人类行为模式法	100
第六章 潜意识与说服	119
一、潜意识	120
二、如何开发潜意识	122
三、自我说服与说服他人	125
四、运用潜意识的两种提示与引导方法	128
五、三选一法则	130
六、运用价格说服技巧成为销售高手	131
七、说服七步整合术助你业绩倍增	133
第七章 如何克服销售中的恐惧	141
一、销售成功的障碍就是恐惧	142
二、恐惧常驻在人的潜意识之中	144
三、化恐惧为力量	145

第八章 如何成为出色的产品介绍者	151
一、如何运用三赢策略	152
二、怎样避免产品介绍的十一大忌	154
三、介绍产品的八大绝技	162
第九章 神机妙算六案例	175
案例一	176
案例二	179
案例三	183
案例四	187
案例五	189
案例六	191
后记	200



超级说服式销售

第一章

说服

●●●超级说服式销售

在任何时间、任何地点，
向任何人销售任何产品。

说服（shuifú）指用充分的理由开导对方，使之心服。也可解释为用话语劝说别人使其听从自己的意见。本书着重分析、研究的是在销售环节说服的作用和影响，我把它称为“超级说服式销售”。

一、说服的力量是巨大的

一个律师为当事人作辩护，想要成功，在法庭上需不需要有说服力？肯定需要。一个老师要想教导学生好好学习，需不需要有说服力，答案也是肯定的。一切成功的人，都离不开说服的影响，即正确地说服自己，正确地说服他人。世界上没有哪一种能力比说服力更能提升你的生活品质了。如果你懂得怎样去说服你周围的人，让他们配合你的想法，并且心甘情愿地为你做事。想想看，你会做出多大的成就啊！没错，说服力就是这么重要。说服力可以通过学习而提高，可以通过学习顶尖的说服大师的说服技巧和使用他们所用的方法来说服

在任何时间、任何地点，
向任何人销售任何产品。

说服

1

别人。

二、说服最重要的是要明确所要的结果

说服最重要的一点是要明确所要的结果是什么？大多数的人的思考模式是先刺激后反应。什么叫先刺激后反应呢？有人说，蔡老师你在讲什么？我听着一头雾水。

举个例子：有一天你去超级市场买蔬菜。突然看到苹果大减价、牛奶大减价、矿泉水大减价，哇！连袜子、手帕都大减价，太便宜了！于是，你忘记了买蔬菜。等到把这些大减价的东西都买到手，最后才想起买蔬菜。你看，你本来要的结果是买蔬菜，但你在接受了那些大减价的东西的刺激后马上做出了反应，我应该把这些东西买到手。最后才想起买蔬菜。可见，接受了什么刺激，就会有什么反应；没接受什么刺激，一般就不会有什么反应。这就是一般人的心理活动模式。我称其为



在任何时间、任何地点，
向任何人销售任何产品。

先刺激后反应。

再举个例子：某个人平时在工厂里做事很懒散。一天，老板训他，你这个人搞什么鬼！每天做事不认真，是不是想下岗？他听后立刻认真起来。这是根据刺激立刻做出的反应。他本来并没有工作的明确目标，只是整日恍恍惚惚的，不知道为什么而活着，不知道为什么而工作。当他听到老板骂人了，赶快好好工作。如果老板不在，他就又懒散起来了。他只是根据当时的刺激做出了自己要认真做事的反应。但我告诉你，这个人不会成为说服大师。因为他是在被别人所说服。

有说服力的人都非常懂得要预先考虑到事情的结果，也就是结论式思考。

举例说：比如我星期六要外出度假，我先想好了去哪儿度假，在那边住什么样的宾馆？乘坐什么样的交通工具？规划好了线路和回来的时间。全部都规划好了，我就完全明确了我要的结果。然后我根据想要的这个结果，去订票，然后去银行提款，带着家人外出。但是有些人并不是这样。决定周末外出度假，那就去



在任何时间、任何地点，
向任何人销售任何产品。

说服

1

吧，出门之后发现没火车票了，那去买飞机票吧，到了那边发现宾馆太贵了，那就住招待所吧！这些先刺激后反应的人是走一步决定一步，是临时看事情的进展情况才做下一步的打算。所以，这样的人不能成为有说服力的人。

有说服力的人习惯结论式思考，他知道自己要什么结果。他时常问自己要的结果是什么？到市场买东西，要的是牛奶，就对结果做出行动，最后得到所要的结果。在路上碰到卖皮包打五折，他不会去理会，因为他知道要的结果是什么？今天老板来不来他都会努力地工作，因为他知道他要的结果是把工作做好，才能步步高升。

有说服力的人，他在说服别人之前、在与别人沟通之前、在上台演讲之前、在做销售之前、在与别人谈判之前，他都能明白他要的结果是什么？根据他要的结果，做出他应该做的事情和应该采取的行动，或者是争取或者是让步。你了解我的意思吗？明确所要的结果，用结论式思考来做事情，这样就会越来越有影响力和说服力。

在任何时间、任何地点，
向任何人销售任何产品。

下面我告诉你使用结论式思考应该注意哪几个问题：

第一，要问自己，在这个说服过程中，我真正想要的结果是什么？也就是说你在一开始就要明确最终你要得到什么？

第二，要问自己，对方要的是什么？你必须要知道别人要的是什么？你要只想自己所要的而不管别人所要的，最终，你肯定不会得到你所要的结果。

第三，要问自己，在说服过程中我能接受的底线是什么？当你明确了底价后，你在谈生意的时候就更容易成交，你在讨价还价的时候就可能会更有力度。

第四，要问自己，在这个说服过程中可能会有什么问题或是抗拒点？例如，对方可能提什么样的问题或有哪些抗拒点呢？他可能会说这个价钱不行，可能会说包装不好，这个付款条件不行，等等。很多问题你都要事先想到。

第五，要问自己，我怎么解决这些问题。

第六，要问自己，我怎么结束说服过程，得到我要的结果。这一点非常重要，一定要事

在任何时间、任何地点，
向任何人销售任何产品。

说服

1

先准备好结束说服过程的方法，并达到自己的目的。

三、说服式销售十步骤

第一个步骤：做充分的准备。

任何情况下的说服都要提前做好充分的准备。演说家在演说前要做好说服听众的准备，歌手在演唱前也要做好充分准备，开会之前要做准备，购物之前也要做准备，夺奥运金牌更要做好充分的准备。

第二个步骤：使自己的情绪到达巅峰状态。

必须要认识到这一点。顾客在决定买你的产品之前，首先接纳的是什么？是你的状态。

第三个步骤：与顾客建立信赖感。

怎样使顾客相信你，这是有方法的。不可能每一个顾客都相信你，我们要做的是增加相信你的人数和相信你的程度。

第四个步骤：了解顾客的真实需求和

在任何时间、任何地点，
向任何人销售任何产品。

渴望。

如果你不能了解顾客的真实需求或者说顾客渴望得到的东西，那么你此后所做的一切等于零。

第五个步骤：提出解决问题的方法。

要预先想到顾客会提出哪些问题，并准备好几种解决这些问题的方法，你将会看到，顾客没法拒绝你了。

第六个步骤：做竞争对手的分析。

大多数顾客买东西做不做比较？当然做比较！怎样引导顾客做比较，后面会讲到。

第七个步骤：善于解决反对意见。

推销员的满脑子装的都是反对意见，顾客天天对他说为什么他的产品不好，为什么不买。后面我会告诉读者解除反对意见最好的方法。

第八个步骤：做双方最喜欢的成交。

成交的方法非常重要。为顾客提供了他所喜欢的成交方法，结果往往很美妙。

第九个步骤：要求转介绍。

一旦顾客买了你的产品，你就要立刻叫他

在任何时间、任何地点，
向任何人销售任何产品。

说服

1

（她）给你转介绍。因为拜访陌生客户的速度太慢了，而转介绍客户成功的比例要比拜访陌生客户成功的比例提高几十倍。

第十个步骤：做好售后服务。

售后服务对顾客的吸引力是很大的，它越来越影响产品推销的成败。但是要明白，售后服务的具体工作是由别人来做的！善于说服顾客的推销人员，懂得这一条是他说服顾客的一个有分量的筹码。