

从销售新人到业绩冠军

From Greenhand
To Champion

从销售新人到

Champion

业绩

冠军

Champion

- 闯过这七关，卓越销售就是这么简单！
- 销售真的那么难吗，为什么新人总是四处碰壁？
- 成功的诀窍在哪里，销售人员最需要什么样的能力？
- 如何面对未来的挑战，卓越之路到底在何方？

Champion Champion
Champion

東方出版社
東方音像電子出版社
ORIENTAL AUDIO AND VIDEO DIGITAL PUBLISHING HOUSE

李殿益 著

从销售新人到 Champion 业绩 冠军

李殿益 著

- 闯过这七关，卓越销售就是这么简单！
- 销售真的那么难吗，为什么新人总是四处碰壁？
- 成功的诀窍在哪里，销售人员最需要什么样的能力？
- 如何面对未来的挑战，卓越之路到底在何方？

Champion

東方出版社

東方音像電子出版社
ORIENTAL AUDIO AND VIDEO DIGITAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP数据)

从销售新人到业绩冠军 李殿益著

北京:东方出版社,2006-1

ISBN 7-5060-2394-6

I.从... II.李... III.销售学 IV.F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第150764号

从销售新人到业绩冠军

李殿益著

东 方 出 版 社 出版发行
东方音像电子出版社

(100706 北京朝阳门内大街166号)

北京智力达印刷有限公司印刷 新华书店经销

2006年1月1版 2006年1月1次印刷

开本:710×1000毫米 1/16 印张:15.5

ISBN 7-5060-2394-6

定价:28.00元

李殿益

国内资深投资管理专家，营销专家，“价值投资管理”理论的提出者与推动者，任职于中石油吐哈油田分公司，并为唐人文化集团公司等多家大中型企业作投资、营销管理顾问。

曾创作个人学术论文集《价值投资与人性营销》等经管专著，其精湛独到的本土化管理理论，在国内投资、营销领域影响深远。

本书能够给读者提供很多具体的指导和帮助。与以往的许多销售著作不同，本书抓住现代销售理论的核心概念，集中介绍了销售实践中的一些具体操作技巧，比如怎样面对销售失败，怎样面对客户的刁难，怎样发掘新客户，怎样谈判等，将原本庞杂枯燥的销售学进行了全面系统的梳理，虽然篇幅有限，却撷英集萃，囊括了现代销售学的精髓。

策划编辑：施丽娟

责任编辑：吴玉萍

特约编辑：陈 光

媒体推广：施丽娟 010-65230559

投稿邮箱：dongfang818@sina.com

封面设计： 建平设计室
13671397104

FOREWORD 前言

成功，三分天注定，七分靠打拼。在这个物竞天择、适者生存的时代，每个人都应该找到适合自己的位置。然而，竞争是残酷的，毫无“情面”可言。常言到：“莫斯科不相信眼泪”！不能对任何人抱有幻想，一切只能靠自己去争取。作为销售新人，面对竞争，更要以千倍的热情、万倍的勇气去披荆斩棘，只有这样，才能保证在事业中的持续发展。只有这样，我们才能站稳脚跟。

“忍别人之不能忍，干别人之不愿干”！这才是优秀销售人员的精神写照。

销售工作的成败与否关键在于一颗奋力拼搏之心！一颗永不言败之心！一颗聪慧好学之心！俗话说得好：“世间自有公道，付出总有回报！说到不如做到，要做就做到最好！”当你撒下辛勤的汗水，必然会收获丰硕的果实。

人人渴望成功，但不是人人都能成功，付出总有回报，并不见得回报会轻易到来。理想的路上，仍然是梦想者多，付出者多，实现者少。作为刚刚踏入销售行业的新人，如何才能在工作中做到驾轻就熟、出类拔萃？在通往成功的道路上，新人到底要经历些什么关卡？怎么炼就“过五关，斩六将”的本事，闯过重重难关，到达成功彼岸？

如果您能仔细的阅读《从销售新人到业绩冠军》，您定将获得满意的答案。

因为《从销售新人到业绩冠军》不同于以往的销售类著作，在书中我

们力图追溯销售的本源，抓住销售与人类须臾不可分离的特点，提炼出了销售新人必须面对的七道难关：面子关，思维关，礼仪关，推销关，谈判关，客户关，管理关。通过对这七大难关的逐一讲解，力图使销售新人用最短的时间完成从销售新人到销售高手的蜕变。

《从销售新人到业绩冠军》操作性强，能够给读者提供很多具体的指导和帮助。本书抓住现代销售理论的核心概念，集中介绍了销售实践中的一些具体操作技巧，比如怎样面对销售失败，怎样面对客户的刁难，怎样发掘新客户，怎样谈判等，将原本庞杂枯燥的营销学进行了全面系统的梳理，因此，《从销售新人到业绩冠军》虽篇幅有限，却撷英集萃，囊括了现代销售学的精髓。

我们相信《从销售新人到业绩冠军》必能成为您在销售实践中的良师益友，帮助您在事业上走出误区，迈向成功！

编者

contents 目录

第一关 面子关 /1

- 1.1 没什么可怕的 /1
- 1.2 实践才是最重要的 /5
- 1.3 抛开面子，销售自己 /6
- 1.4 如何克服恐惧心理 /11
- 1.5 失败并不“丢面子” /14
- 1.6 相信自己，永不放弃 /18
- 1.7 避开销售面子雷区 /20

附：世界上最伟大的汽车销售员 /24

第二关 思维关 /29

- 2.1 心态乐观，积极向上 /29
- 2.2 客户关联度：提高同数量级客户的订单额 /34
- 2.3 注意力法则：做客户心中的第一 /38
- 2.4 放飞你的职业梦想：关于自我的一千零一问 /41
- 2.5 时间管理：高效率时间利用 /47

附：优秀的销售人员这样想 /52

第三关 礼仪关 /57

- 3.1 服饰礼仪 /57

3.2 名片礼仪 /63

3.3 约会礼仪 /68

3.4 电话礼仪 /74

3.5 柜台服务礼仪 /81

3.6 送礼的礼仪 /85

附：推销用语大全 /92

第四关 推销关 /107

4.1 五种开场白让你营造良好的氛围 /107

4.2 打消客户的心理疑问 /112

4.3 聆听制胜：不动声色把握一切 /117

4.4 把谈话主导权握在手中 /122

4.5 把握展示重点 /125

4.6 对付不同类型客户的建议书 /129

4.7 如何处理客户意见 /134

附：陈安之说服销售十大步骤 /139

第五关 谈判关 /143

5.1 谈判之前，精心准备 /143

5.2 把握谈判优势 /148

5.3 沟通障碍 /154

5.4 讨价还价的秘诀 /157

5.5 巧用谈判“兵法”探听对手虚实 /161

5.6 后发制人：拖延战术建奇功 /164

5.7 成交：敲下手中的木锤 /168

附：有效谈判十四招 /174

第六关 客户关 /177

6.1 寻找客户：市场上的捉迷藏游戏 /177

6.2 主动出击：客户会出现在每个地方 /180

- 6.3 扩大战果：利用别人的力量 /183
- 6.4 客户异议的处理策略 /186
- 6.5 激发客户的兴趣：让潜在客户升级 /192
- 6.6 客户在想什么：倾听客户的心声 /194
- 6.7 握手：发现与客户之间的共同利益 /197
- 6.8 客户抱怨的处理方法 /200
- 6.9 售后：永远抓住客户的心 /203
- 附：赢得客户心 /208

飞跃关 管理关 /211

- 7.1 心态调整：从今天开始不一样 /211
- 7.2 技能升级：销售经理的必备能力 /218
- 7.3 新官上任的错误心理 /223
- 7.4 销售管理技能：必须注意的六件事 /227
- 7.5 找到好下属：销售人员招聘 /232
- 附：受下属欢迎的销售经理九大特质 /237



第一关 面子关

1.1 没什么可怕的

一个宁静的早晨，你从梦中醒来，愉快地起床梳洗。对着镜子穿上西装打着领带，看着镜中的那张脸，你意识到一件事：从今天开始，你是一名销售员了。突然，关于销售工作的种种传言全部浮现在你的脑海里，你感到前所未有的恐慌。

似乎没有哪一个职业有着销售这样令人畏惧的名声，在许多人眼里，销售似乎就是又苦又累没有前途没有地位的代名词。如果和人谈起你从事销售，那么你往往得到的是一种混合了同情怜悯与一丝丝优越感的目光，然后听到一句意味深长的话：“哦，原来是做销售。”许多人宁愿失业，也不愿意尝试销售这份职业，他们说：“销售，多么可怕。我还是再找找其他工作吧。”

然而，到底是什么让人们如此看待销售，以至于谈销售而色变的？

关于销售的传闻

◎ **工作累：**不论寒风凛冽还是骄阳酷暑，每天都需要带着公文包奔走于客户与公司之间。老板、客户、同事，每个人都会抛给你一大堆事情和就在眼前的期限，你深陷于这些琐碎的事务中无法自拔。



⊙ **压力大**：在市场竞争日益激烈的今天，产品销售越来越不容易。分析行情、熟悉产品、开拓市场、说服客户、维持人情……每一张订单都意味着无数的心血与汗水。

⊙ **待遇低**：销售人员的底薪不高，比起同级的技术、财务、行政等职员薪水要少得多。

⊙ **没有前途**：销售工作没有什么技术含量，成天跑来跑去卖产品，没有任何专业累积可言。学不到东西，也就没有发展，前途一片暗淡。

⊙ **可取代性强**：销售行业入行门槛低，每天都有大量的新人涌入这个行业，虎视眈眈地等着取代你的位置。老板因为动辄收到大量求职信而对在职员工缺乏珍惜心理。

⊙ **没有尊严**：客户是爷爷，销售人员是孙子似乎是公认的定理，得哄着、供着、求着。客户面前直不起腰来，为了卖出产品赔尽小心和笑脸。种种做法难免让人有低人一等的感觉。

⊙ **地位低下**：销售人员似乎是整个公司的小厮，每个人都可以对他呼来唤去。秘书要报告、财务要支票、技术要信息……每个人都是上司，都有权对销售人员发号施令。

想到这里，窗外明媚的阳光顿时暗淡下来，你感到人在哆嗦，腿在发软，怎么也迈不开步子，和房门咫尺之间的距离变得那么遥远。心里有个声音在说：放弃吧，给老板打个电话，告诉他你不干了。

可是，销售工作真的就那么可怕吗？到底传言是属实，还是仅仅是怕苦怕累的托词呢？





销售的真面目

◎ **高额收入：**销售人员的底薪也许不尽如人意，可要知道，提成才是一名优秀的销售人员收入的主要部分。没有任何一份工作像销售这样，能收到立竿见影的回报。每当销售出一份产品，你可以确切地知道一笔款项又进了自己的口袋。公司大部分职员的工资都有上限，只有你，有着无限的可能。如果在这样的条件下还在抱怨收入，那只能说明一件事情——你没有努力。

◎ **晋升通道：**你在抱怨每天重复劳动，看不到未来。可是你知道吗？74%企业高层管理人员出身于销售。站在市场第一线的你对市场有着最清晰的了解，对它的未来变化产品走势的敏感无人能及；和客户打交道不但锻炼了你的交际能力，提高了谈判水准，还为你建立了广阔的人脉；你的工作需要公司上下协调，增强了你团队合作的能力……当公司需要一个操控全局的人时，舍你其谁？

◎ **职场赢家：**能够被随时取代的只能是平庸之辈。良好的销售技巧，丰富的客户资源，了解产品，熟悉市场，谁又能够取代？一名优秀的销售人员能够为公司带来滚滚不绝的利润，还能提供市场信息与分析，绝对是老板眼中的宝贝。即使走出这个大门，你也会发现众多公司向你伸出橄榄枝，金牌销售人员绝对是通吃职场的大赢家。

在种种传言遮盖下面，销售实在是一个不错的职业，当然，一切的前提就是你肯付出努力。要想成功，那就只能告别轻松，天上绝对不会掉馅饼。“事少钱多离家近，别人加班我加薪”只是职场中的痴人说梦。竞争处处是存在的，压力是不可避免的。成功需要努力，付出才有回报，无论是销售还是其他工作，这个道理都一样。



疑问一：销售工作低人一等吗？

好了，你终于对销售工作恢复了一点儿信心，带着对成功的憧憬来到门口。突然，你又停住脚步：我自尊心很强，不喜欢在工作中“低人一等”。等等，谁告诉你销售工作就是低人一等？要知道，销售人员绝对是一个公司的重中之重。

首先，任何产品只有通过销售人员才能完成经济规律中商品与货币的转换，只有销售人员孜孜不倦地工作，才有公司源源不断的利润。甚至可以说，是你养活了老板以及公司的同事们，有何自卑可言？工作中的一切他们只是向你寻求帮助，绝非高高在上的指使。

其次，销售人员引导着公司的战略发展方向。销售人员战斗在第一线，有着最真实鲜活的市场情报。他们的意见对于新产品的研发、未来营销目标的制定、公司业务重心的把握有着及其重要的作用。除了老板，公司里还有谁能像销售人员这样，参与着公司运营的一切呢？

同时，在市场竞争日益激烈的今天，产品同质化严重。几个产品常常有着相同的市场定位，性能、价格、外观、美誉度都相去无几。如何才能让客户选择自己而非竞争对手？这全要看销售人员的本事。他为客户提供了增值服务而使得商品性价比提高，其娴熟的销售技巧也使得客户倾向于购买该产品。一位优秀的销售人员无疑是公司与竞争对手商战中的重要砝码。

疑问二：我的性格适合做销售工作吗？

现在，你深感责任重大，公司的兴亡盛衰都扛在了你的肩上。这份沉甸甸的责任既让你紧张，又感到一丝兴奋，甚至有点儿迫不及待地想为公司做点什么。可刚把门推开一半，你又迟疑了：光有热情是不够的，我的性格恐怕做不好这种求人的工作。

销售就是要求人买你的产品吗？要求爹爹告奶奶才能卖出产品简直是销售人员的耻辱。不亢不卑，热情有礼才是销售人员应该有的风范。你要





熟悉市场状况，了解客户需求，真心实意地为他们打算。你应该做的是让客户真正了解你的产品能够为他们带来什么样的好处，而不是仅仅叫他们购买一样不知道能给他们带来什么的東西。你和客户是平等的，你们是交易对等的双方；你是自信的，因为你正在销售客户需要的产品；你是骄傲的，因为你是给予他们改变自身的机会。你甚至应该对今天没去拜访的客户感到抱歉，因为你没有在第一时间把适合他们的产品展现在他们眼前。如果你感到客户对你不屑一顾冷冷冰冰，那么你需要的是检讨自己的销售技巧而不是抱怨销售这一职业。一名成功的销售员会让客户感到门口进来一位带来幸福的天使，反之则是让人厌恶的乞丐。天使总是受到欢迎，乞丐则恰恰相反。

1.2 实践才是最重要的

经过一番心理准备，你已经跃跃欲试，销售成功的光环吸引着你，路上的种种障碍也成为你的兴奋剂。你就要开始你的新生活了！

可是你为什么还坐着不动呢？你拿出一张计划表，上面密密麻麻的写着你要做的事：

阅读关于销售经验的书籍 N 本，
阅读销售名人传记 N 本，
阅读关于提高语言技巧的书 N 本，
写读后感 N 篇，对着镜子练习谈话 N 次，
找朋友帮助进行模拟销售 N 次……

你惭愧，说自己不懂的太多，应该做好准备再去开始。你说在做完这些事后，你会少走许多弯路，少犯许多错误，在正式开始工作后做得更好。

诚然，这些事情都是提高你业务能力的良方，每天进行这样的充电会使你迅速前行，将其他人远远地抛在后面。但是，这不是你现在最需要做的。



的事。你现在应该做的不是待在屋子里，看一些没有切身感受的经验之谈，而是来到屋子外面，真真切切感受销售工作中的点点滴滴。

纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。在销售工作中，学习再多的理论知识都比不上真实的经历来得重要。没有实践做支撑的理论只是纸上谈兵。不是自己亲身经历，认识也就难以深刻。再多的模拟试验也只是试验，在朋友面前口若悬河挥洒自如不等于在陌生客户面前就能够从容不迫侃侃而谈。对于你，一个销售新人，最迫切的就是去经历，去体验，去碰撞。有了真实的体验再来看各种书籍，定能有不同以往的体会。

面对一份新的工作，有准备是好事，甚至是必须。但是要记住，准备永远不会完美。书上的条条框框代替不了真实生活，实际情况变化万千，再多的书籍也不能尽言。一味追求准备的充分只会一再拖延你投入工作的期限，延迟你体验社会的时间。你也许满腹理论堪比专家，但真正工作起来未必就能胜过不通理论却干过几天的销售员。

所以，适当的准备是必须的，但要注意不能过度。如果一味追求完美的准备，只会让你永远迈不出职业生涯的第一步。

职前准备建议

- ⊙ 看两三本关于职业描写的书。
- ⊙ 熟悉自己将要销售的产品。
- ⊙ 请教一下业内资深人士。
- ⊙ 对自己大概要做些什么心中有数。

1.3 抛开面子，销售自己

许多人认为产品是企业销售中最重要的东西，好的产品是竞争中无敌的王牌。这句话只说对了一半。对一个企业来讲，销售人员的服务是客户接触的第一件商品。只有销售人员良好的服务才能使客户了解商品进而购买，如果这“第一件商品”不能使客户满意，那么很难销售其他产品，哪





怕它们确实优秀。因此，想要成功地销售产品，首先你得成功地销售自己。

成功销售自己的三个前提：

- ① 良好的第一印象。
- ② 待人热情，亲切。
- ③ 大胆表现自己。

看着这三点，你心里开始嘀咕：好像和我为人处世的一贯风格不符呢。

前提一：良好的第一印象

第一点就让你回想起了少年时一件痛苦不堪的往事：读书时候的你暗恋上了同班同学。为了她，你要做人们标准中的好少年。于是大家突然发现你的衣服变得干干净净，待人温文尔雅彬彬有礼，班级活动一贯积极，上课开始专心致志，作业也认认真真。可是最后，她喜欢上了那个和你以前一样球服脏兮兮，身上一股汗味，开口也算不得文明的家伙。于是你痛心疾首，对伪装深恶痛绝，坚信本色才是一切的关键。

这一信念保持到了如今，你走上了销售岗位，依旧想要以日常风格去对待客户。本色……恋爱或许如此，但是现在，你是在进行销售。推销是与人打交道的工作。在推销活动中，推销自己和推销产品同等重要。调查表明，客户之所以购买某品牌产品，并非一定取决于产品质量，其中对推销员的好感往往起到了决定性作用。据美国纽约销售联谊会统计，71%的人是因喜欢、信任、尊重一位推销员而做出购买决定的。

可以想象，一个胡子拉碴的大汉在黄昏敲响别人的大门会有怎样的反应？一个衣冠不整的来访者会受到前台小姐怎样的目光？一个出口成“脏”的谈话者怎么获得对方的好感？一个漫不经心的销售人员怎么能够得到客户的信任？

你辩驳说客户会真正了解到你是一个多么友善负责的销售员，了解到你的产品有着他们最需要的特性，第一印象实在不准，以貌取人真是愚蠢。然而，不管是否不准是否愚蠢，这是你所需要面对的。在初到公司的

