

“霍普金斯是美国最著名的销售培训专家。”

— The Arizona Republic

BOO 系列

Selling
FOR
DUMMIES

销售的奥秘



(美) 汤姆·霍普金斯 著
(Tom Hopkins)

李莹 译



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



Boo 系列

Selling
FOR
DUMMIES®

销售的奥秘

(美) 汤姆·霍普金斯 著
(Tom Hopkins)

李莹 译



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



不管你是销售产品、观点,还是销售你自己,说服别人都需要一个基本的技巧。本书用真实的事例和各种窍门,告诉你销售成功所应具有的基本因素,同时还强调了因特网的作用,侧重于提高人们的技能。本书能够帮助你赢得更多的尊重、获得更多的财富、赢得更多人的认可、获得朋友和家人的认同、在谈判中获得更大的主动、赢得更多的销售,从而使你的生活充满快乐和满足。

Original English language edition Copyright © 2001 by Wiley Publishing, Inc., Indianapolis, Indiana. All rights reserved. No part of this book, including interior design, and icons, may be reproduced or transmitted in any form, by any means (electronic, photocopying, recording, or otherwise) without the prior written permission of the publisher.

This translation published under license.

The For Dummies Brand trade dress is a trademark of Wiley Publishing, Inc. in the United States and/of other countries. Used by permission.

Wiley Publishing, Inc. 在美国和/或其他国家范围内拥有“阿呆系列”商标所有权。未被允许,不得使用。

版权所有,侵权必究。

本书版权登记号:图字:01-2005-5616

图书在版编目(CIP)数据

销售的奥秘 / (美)霍普金斯(Hopkins, T.)著;李莹译. —北京:机械工业出版社, 2006. 1

(阿呆系列)

书名原文: Selling For Dummies

ISBN 7-111-18403-3

I. 销... II. ①霍... ②李... III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第004736号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑:刘秀云 李新妞 责任印制:李妍

北京中兴印刷有限公司印刷

2006年2月第1版第1次印刷

787mm × 1092mm 1/16 · 19.75印张 · 2插页 · 348千字

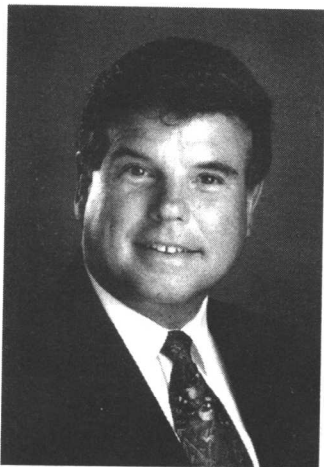
0001-4000册

定价:39.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换
本社购书热线电话(010)68326294

封面无防伪标均为盗版

作者简介



汤姆·霍普金斯 (Tom Hopkins) 是销售成功者们的最好例证。在 27 岁时，霍普金斯就成了百万富翁， he 现在是汤姆·霍普金斯国际公司 (世界上最大的销售培训机构之一) 的主席。

30 年以前，汤姆·霍普金斯认为自己是个失败者。他在上大学 3 个月之后便退了学，随后的 18 个月他靠在建筑工地抬钢材赚钱维持生计。因为相信有更好的谋生方法，他转行做起了销售——由此开始了他一生中最为难过的经历。6 个月中，霍普金斯平均每月只赚 42 美元，随之负债累累陷入绝境。他孤注一掷，把

最后的几美元集中起来，参加了一个为期 5 天的销售培训班，从此彻底改变了他的生活。在随后的 6 个月中，霍普金斯卖出了 100 万美元的商品，相当于 25 000 个家庭的花销。21 岁时，他赢得了洛杉矶营销协会“萨美奖”并创下至今仍未被打破的营销界销售记录。

因为拥有独特的销售能力以及他自己发展的成功的销售技巧并愿意与众人分享，霍普金斯在 1974 年开始了销售讲座。他在一个月内培训了一万名销售学员，由此成为世界上知名的销售培训家。现在，他一年之中大约要在世界各地出席 75 次讲座，为 10 万多人进行培训。

汤姆为那些不能参加讲座或参加讲座后想进一步强化理解的人开设了高质量的音频和视频教程，被公认为最有效的销售培训教程。现在它们继续不断地被更新，约有 100 万人在使用。

汤姆·霍普金斯还写了其他的九本书，包括阿呆《销售展望》和阿呆《销售终结论》，还有最畅销的《掌握销售的艺术》，该书被翻译成 8 种语言在 27 个国家卖出 130 多万册。

霍普金斯是国家演讲者协会会员，并且是为数不多的该协会“佩尔斯优胜奖”的获得者之一。他是年会的主要演讲者，还经常被邀请参加电视和广播的脱口秀节目。

致辞

谨以此书献给我的老师和学生。其中有些人既是我的学生，同时又是我的老师。感谢你们与我心心相印，让我分享你们的成功，因为有了你们，我的生活才变得如此充满阳光，充满爱和欢笑，变得如此充实。

致谢

我要向带给我诸多欢乐的伟大的妻子戴比致谢。感谢你的耐心和我因工作原因不能在你身边的善解人意。也感谢你对我的教学生涯，特别是对本书的宝贵的付出。

我要感谢汤姆·霍普金斯国际公司的朱迪·斯莱克长久以来对我的资料的记录整理。同时也感谢公司董事长劳拉·奥耶恩和财务总监斯彭斯·普赖斯，正是你们辛勤地工作，使我的生活变得简单，让我能专心做我喜爱的教学工作。

我要感谢 Hungry Minds 有限公司总裁约翰·基尔卡伦，他对本书倾注了热情并召集了一批优秀的员工使《销售的奥秘》继续成为人们争相购买的对象。

我还要感谢组稿编辑吉尔·亚历山大和项目助理南希·里夫斯，感谢你们不遗余力废寝忘食地工作。

特别的感谢要送给我们的技术编辑迈克尔·诺顿。迈克尔每天都给我们拓展视野，告诉我们如何运用因特网和现代科技。

最后，我还要感谢伊丽莎白·库伯，她无数次地校对对本书的内容，确保了用最可接受的方式提供给读者最好的信息。

目 录

.....

引 言	1
关于本书	1
谁需要阅读本书	2
如何使用本书	2
本书的组织结构	3
本书所用的图标	4
如何起步	5
第一部分 销售的艺术	7
第1章 你不需要花格呢运动衫	9
何谓销售	9
怎样销售	11
销售技巧能为你带来什么	15
第2章 七步销售环节	18
第一步：预测	18
第二步：初步接触	20
第三步：资格审查	21
第四步：产品展示	22
第五步：解除顾虑	23
第六步：结束销售	24
第七步：获得连环客户	24
第3章 让销售成为你的嗜好：态度决定一切	26
对你的工作满意度保持长远坚定的观念	27

知道是什么把爱好与工作分离	28
积累知识以待辉煌	32
知道学习曲线的规律：从毛毛虫到蝴蝶的蜕变	35
销售客户想要的东西	39
第二部分 做家庭作业	41
第4章 不明白客户所需，将会使你丧失成功的机会	43
了解调查的重要性	44
从零开始：完全了解你的客户	45
与不同类型的客户打交道	47
了解独特的文化需求	51
消除客户的害怕心理	59
聪明地措辞	64
知道如何倾听客户的讲话	71
第5章 了解你的产品	73
你需要知道什么	73
如何获取所需信息	75
第6章 让技术为你服务	79
了解你对“新经济”的适应能力	79
运用技术让生活变得简单，而不是更复杂	81
第三部分 销售活动剖析	89
第7章 发现需要你产品的潜在客户	91
发现金子：知道如何开始	92
找到合适的人：已经证明可行的方法	100
第8章 与潜在客户约见并使其舒心	112
联系潜在客户的基本要素	112

首次通过电话联系你的潜在客户	114
与难捉摸的决策者接触	120
第一印象至关重要	122
与潜在客户建立和谐关系	124
让潜在客户喜欢并信任你	126
零售时知道如何与潜在客户搭话	130
找到共同话题	132
第9章 对客户进行资格审查	136
从邈邈的电视侦探处获得销售诀窍	137
对潜在客户进行资格审查的具体细节	141
质疑你的成功方式	145
第10章 赢得展示产品的机会	151
不仅是一只脚踏进门槛	151
产品展示的基础知识	154
让产品成为中心	158
掌握视觉的艺术	159
向潜在客户展示产品	162
避免失败的产品展示	163
第11章 解除客户的顾虑	166
读懂客户发出的信号	167
运用简单策略解除客户顾虑	168
解除客户顾虑时的“应该”和“不该”	171
解除客户异议的六个简易步骤	173
第12章 结束销售	177
有时你需要做的就是进行询问	178
使用结束性问题和语句	181
克服客户的迟疑和恐惧	187

目 录

第13章 从现有客户获得连环客户	197
何时何地你会获得连环客户	198
获得连环客户的七个步骤	202
如何与连环客户订立约见	205
 第四部分 拓展你的业务	 207
第14章 进行后续服务并保持接触	209
何时（对谁）进行后续服务	210
如何进行后续服务	211
致谢条的重要性	214
把后续服务的结果最大化	218
 第15章 应用因特网获取更多机会	 222
因特网对销售的正面影响	222
让因特网为你服务	224
 第16章 有效地安排时间	 229
投资于时间，而不是进行花费	229
花时间对时间作出安排	231
节约时间规划未来	234
知道何时何地安排	238
组织好工作环境	239
避免常见的陷阱	241
如何应付被打扰	245
 第五部分 你不可能事事如意	 247
第17章 正确对待失败和拒绝	249
找到激励你的因素	250
找到阻碍你前进的因素	253
战胜失败	257

第 18 章 设立目标并为之努力	260
设立现实有效的目标	260
把大目标分解成小目标	261
把目标书面化	263
实现目标时该做什么	264
第六部分 十大秘诀	269
第 19 章 十个严重的销售错误	271
不理解什么是销售	271
期待事情自行发展	271
说的太多，听的不够	272
用了导致销售失败的词语	272
不知道何时结束销售	273
不知道如何结束销售	273
缺乏真诚	274
对细节重视不够	274
任由自己消沉	274
没有与客户保持联络	275
第 20 章 十种提高销售量的方法	276
做好准备	276
留下良好的第一印象	276
迅速判断对方能否成为你的客户	276
进行产品展示时要满怀激情	277
彻底地消除疑虑	277
确认所有的事情	277
询问客户的决定	277
把别人的经历告诉客户	278
持之以恒	278
成为产品的“产品”	278

第21章 十条掌握销售艺术的途径	279
应用探寻的态度	279
拥有现实的期望	280
保持开放的心态并乐于改变	280
练习、实践和评价新技巧	281
把新的销售技巧个性化	282
约束自我	282
对结果进行评价	283
做好成功笔记	283
从每一次销售活动中获取经验	284
作出许诺	285
第22章 职业销售者的十种特征	286
强烈地向别人证明某种东西的欲望	286
对他人感兴趣	286
信心和能力	287
与客户心心相通	287
注重目标的实现	287
坚持实施每日计划	287
逆境下仍保持进取心	287
积极的态度	287
认识到人的因素比钱更重要	288
注重对心灵的投资	288
第23章 十种高级结束法	289
期望法	289
公司效率法	289
生命中最美好的事物法	290
否定法	290
失败销售法	290
慈母销售法	291
十次销售法	291
买方伤心法	292

未列入财政法	292
拿走法	293
第 24 章 十个最好的专业销售网站	294
汤姆·霍普金斯国际公司 (www. tomhopkins. com)	294
饥渴的心 (www. hungryminds. com)	294
紧密联系网站 (www. wellconn. com)	295
国际演讲协会 (www. toastmasters. org)	295
Corpedia 教育公司 (www. corpedia. com)	295
infoUSA 网站 (www. infousa. com)	295
胡佛在线 (www. hooversonline. com)	296
泽格勒培训公司 (www. zigzilar. com)	296
销售力杂志 (www. sellingpower. com)	296
客户管理系统网站 (www. salesforce. com)	296
附录 推荐资源	297
体能	297
情绪	298
精神/关系	298
财政	299
销售	300
销售管理	301

引言



欢迎阅读《销售的奥秘》。本书内容不仅包括销售的产品和服务，还涉及具体的销售业务和消费者。本书侧重于提高人们的技能。懂得如何融洽地与人相处是一种重要的技能，在幼年时期就应当开始发展。

为了能在销售方面获得成功，你需要有善于与人合作和良好的倾听的技巧，并乐于帮助别人。掌握了销售技巧，不单能使你在销售行业获得成功，在生活的各个方面你也都能获得更多快乐和满足。

关于本书

《销售的奥秘》能够帮助你赢得更多尊重、获得更多财富、赢得更多人的认可以及朋友和家人的认同，并在谈判中获得更大的主动以争取到更多的销售权，从而使你的生活充满快乐和满足。但是首先，本书是一本参考书，因此你不必一字不漏地从头读到尾，相反地，你可以在需要时阅读相关的章节，从而获取有益信息。

最初我对销售也是一窍不通，后来才逐渐做大做强，我认为自己有资格撰写本书。19岁时我开始在房地产业做销售。进入房地产业也许应该是一个很不错的选择，但在那时我既没有笔挺的套装也没有车，所有的只是军乐队的制服和一辆自行车。大家都知道，骑自行车干房产销售可不是那么简单：我不得不让有需求的消费者跟我到场地并希望他们不会迷路。当我转弯时他们也许回过味儿来意识到我这个小毛孩儿不过是在开玩笑，而不管我就径直离开了。更糟的是，穿着毛纺的乐队制服在南加州灼热的阳光下也不可能让别人对我感兴趣。

但是我没有放弃，因为我知道在销售行业会有很多钱可赚，我只需要了解成功人士的秘诀。通过反复的实践和失败，我逐渐领会到其中的奥秘。在我刚开始做销售时，一位富有经验的业内人士告诉我说必须学会如何结束销售，当时我的回答是：“我没有太多的衣服”（译者注：结束和衣服的英文

发音相似)。从这儿你就可以看出我在销售房产时前6个月平均每月只赚到42美元的原因何在。

从那以后我走过的路就不必再细说了，但你可以从我所犯过的错误中汲取教训，从我后来的成功中获取经验。30岁时，我实现了成为百万富翁的目标，比我原来定下的期限整整提前了3年！27岁时，我成为美国最成功的房地产经纪人，而在开始时我连一件体面的套装或一辆汽车都没有！由此可以看出，不管刚开始时你对该行业有多陌生，只要有本书作为你的参考，你就可以掌握你所需要的销售和劝诫的技巧以及人与人相处的诀窍，从而获得成功。

谁需要阅读本书

本书针对的对象不只是那些想拓展销售业务的销售者，还有所有想运用销售技巧改善生活的人们。本书是为如下人们而写：

- ✓ 准备进入销售行业或只是为了提高技能。
- ✓ 失业后想得到工作或有工作想获得提升。
- ✓ 孩子想取悦大人或大人想在谈判中获胜。
- ✓ 老师正在寻求更好的教育学生的方法或家长想与孩子更有效地沟通。
- ✓ 拥有想帮助别人的想法或想提高自己的人际关系。

换句话说，本书适合于每个人。参加过我讲座的学员们告诉我，他们如何在做一个重大决定时争取到家庭其他成员的同意；如何使用诘问法使配偶和孩子同意他们原来不赞成的事情。还有一些学员使用某些技巧成功地获得了更好的工作。另外一些学员，通过讲座自信心大大增强，能够要求并得到更好的服务。还有一个额外的奖赏是，当我的学员们把其中一些技巧和策略应用到人际关系上时，他们发现结果好得超出想象。

如何使用本书

在本书中，我用一系列步骤列出了不同销售情况下的一些基本要点。在第2章我对这些步骤做了概括，在第三部分又对这些步骤进行了具体列举。你可以逐一浏览，也可以参阅目录翻看你感兴趣的标题或题目。先阅读那一章节，然后再阅读你认为最能让你受益的部分。你也可以做下记录或者折页。只要书是你的，你就可以运用任何你喜欢的方法。（注意：如果你是从

朋友或图书馆借的书，在做注脚之前你就应该考虑清楚。但是也许你会意识到自己应该出去买一本，以便能真正使用本书使自己受益。)

在本书中，你会发现处于不同销售情况下的一些真实的事例，为了获得成功，不同的人会采用不同的方法。这些事例有正面的也有反面的，当你处于相类似的境况时，我相信会对你有所帮助。

本书所包含的方法、语句和词组并不是因为“饥渴的心”编辑组成员喜欢而选用，而是经过了我和世界上 200 万学员的成功验证。如果你正准备从谈话、劝诫或向别人销售产品而获利，那么为什么不摆脱所有的障碍去掌握已经证明对别人（本书也有提及）可行的策略和技巧呢？

本书的组织结构

本书共分为六个部分，每一部分又分为不同的章节。下面我将简要介绍每一部分的内容，以便你能清楚地了解你最感兴趣的部分。

第一部分 销售的艺术

在本篇中，你能粗略地了解什么是销售，什么不是销售。我将告诉你销售技巧对生活的各个方面带来的好处，以及销售环节中的七个步骤。你还会了解到在销售艺术中态度是多么的重要——你会把销售当作一种嗜好并从中得到满足感和成就感，就像你花时间和精力去寻找生活的乐趣一样。

第二部分 做家庭作业

像做任何其他事一样，准备充分是销售成功的关键。在本篇中，我列出了准备充分所需要的步骤——从了解你的客户到了解你的产品——这样会使你从普通人中脱颖而出获得更多的成功机会。此外，还有一章是专门介绍如何运用现代科技为你服务，因特网上大量的有效信息可以助你成功。

第三部分 销售活动剖析

本篇中，销售环节的七个步骤都独立成章。在每一步的每一阶段我都加入了许多有益信息，包括应该说的话和应该避免的词等。你会知道如何发现有实力的买方，如何与他们约见并给对方留下良好的印象，如何让他们确定

他们需要你的产品，如何进行成功的产品展示，如何解除客户的顾虑，如何结束销售，以及获得连环客户等，由此你可以开始新一轮的销售。

第四部分 拓展你的业务

如果你的目标是建立长期的业务或把你的事业提高到更高的层次，那么本篇恰好适合你。本篇能够使你从芸芸众生中脱颖而出成为卓然成功者中的一位。普通的销售者进行产品展示，赢得一些客户也失去了一些客户，然后继续发展。但是卓越的销售者把每一次的展示当作一次机会而加以发展。在此，我将告诉你与客户保持联系的一些窍门，借助因特网获得更多的销售途径，并且科学地支配时间以便在业务拓展时你仍有时间与客户联络。卓越的销售者不仅拓展业务，还拓展人际关系，因为从长远来看，人际关系会使他们的事业拓展得更远并且带来更多满足感。

第五部分 你不可能事事如意

放弃是人生的一部分。因此，你需要为放弃做好准备，坦然地接受并且从放弃中迅速地恢复过来。如果客户拒绝了你的产品或服务，并不意味着他拒绝了你本人。但是如果你从事销售行业，拒绝就是这一行业的一部分，你的自尊心会受到极大的考验。本章中我要教你要像鸭子抖落背上的水一样勇于放弃某些东西。同时我还将告诉你如何最有效地利用时间，把精力集中在远大的目标上，因此生活中一点点小的不如意不会把你击倒。要记住：经历每一次挫折，你都向成功迈进了一步。

第六部分 十大秘诀

本部分所有章节都是向你展示一些在销售和劝诫时实用的方法，不会占用你太多时间。它们为你进行产品展示或与客户联系提供了良好的素材。同时它们还是振奋你精神的良剂。要记住：任何事情，如果自己都没有兴趣，那么就不可能让别人产生兴趣。

本书所用的图标

在本书的空白处有些小的图片，也就是图标，它们在关键的地方用来引



起你的注意。如下是本书所用的图标以及它们的含义：

当你看到这个图标时，你就会知道我要讲述的是根据我多年的销售经验或者根据学员的经历改编而成。



这一图标是用来着重指出成为真正的销售界冠军需要用的话语。看到这个图标你就能发现你和潜在客户间交流的例子，如果你知道下一步该说什么，你就能确切地了解谈话该如何进展。



看到握手的图标，你就知道这一段说的是该如何结束销售的有用信息。



寻找客户就像勘探金矿一样，因为客户是销售的起始点和终结点。铁锹和地图表明发现客户对你事业成功是多么的关键。



曾经有一个大学教授说过，如果学到了他用红旗标注的部分，那么学生在课上打盹他都不会理会。因为红旗标注的部分是必考的内容。因此，红旗并不代表警示，而是告诉你至关重要的信息和销售时所必需的技能。当你在空白处看到红旗时，请注意：销售诀窍就在眼前。



有些事情非常重要以至于需要一再重申。因此，这个标记——就像一根线系在你的手指上——是告诉你这些信息你需要记住并且可以长期受益。



这个图标是为了让你避免大多数销售者易犯的错误。获得成功很重要的一步是避免犯错误。这个图标所标注的就是帮你避免错误的发生。

如何起步

浏览目录并找出你感兴趣的章节，这就是你所需要的最好的开端。

为了从本书中获得更多的益处，请进行自我分析并找出自己的弱点。我知道承认缺点有时比较困难。但是通过阅读涉及你缺点的内容会帮助你获得成功。

汤姆·霍普金斯国际公司的调查显示，大多数传统行业的销售者都缺少资格界定的技巧。他们往往花大量的时间向没有决定权的人展示产品。如果你处在传统行业中并且不能确定资格界定是不是你的弱点，那么第9章会是