

DAPO XIAOSHOU KUNJING DE N GE JIQIAO

如何让客户**回心转意**？如何让交易**起死回生**？

关键就在于你是否掌握了**逆转销售**的技巧

张永成◎编著



打破 销售困境的 N个技巧

.....
逆转销售：绝处逢生的销售力！



中国纺织出版社

DAPO XIAOSHOU KUNJING DE N GE JIQIAO

打破销售困境 ① N个技巧

 中国纺织出版社

内 容 提 要

遭遇销售困境或障碍时,稍有疏失就可能让一单生意泡汤!要想取得好业绩,销售人员必须把工作做到最精、最细、最实、最密!

本书有针对性地甄选了数十个典型的销售情境,配以分析、提示,为销售人员系统地破解了顾客拒绝的诱因和谜团,告诉销售人员如何让客户回心转意,如何让交易起死回生。

成功可以复制,拒绝可以逆转!本书旨在培养销售人员“绝处求生”的销售能力,是一本指导销售人员打破销售障碍、突破销售逆境的不可多得的宝典!

图书在版编目(CIP)数据

打破销售困境的N个技巧/张永成编著.—北京:中国纺织出版社,2009.10

ISBN 978-7-5064-5991-4

I.打… II.张… III.销售—方法 IV.F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第177903号

编委会成员:张林 刘晓臣 徐慧霞 李现梅 成振珂 梁芳菲
郭娜 张永成

策划编辑:曹炳楠 责任编辑:高振亚 责任印制:陈涛

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

2009年10月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:17

字数:177千字 定价:28.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

F o r e w o r d / 前 言 /

销售是企业经营和运转的核心，销售是企业提升竞争力和提高经济效益的重要环节之一，销售的成败往往决定着一个企业的成败。只有搞好销售工作，才能在激烈的竞争中取胜。

随着市场竞争的日趋激烈，消费者日益成熟，销售员越来越多，销售的难度越来越大，作为企业利润源头的市场营销工作也越来越难做。这使得销售员常常感到迷茫和困惑。

为什么顾客频频只看不买？

为什么我越殷勤，顾客越疏远？

为什么我的工作做得这么到位，顾客还是挑三拣四？

为什么型号、款式、花色差不多，条件与客户要求差不多，客户还要犹豫？

为什么眼看要达成的交易，在即将成交的时候，顾客却突然变卦？

为什么别人的业绩总比我高？

为什么做销售员这么难……

这一切只能从自己身上寻找答案！不论是大宗商品，还是日用快速消费品，促成销售的要素往往十分复杂，导致客户内心变化的内外在条件极多！业绩不理想，可能是因为你韧劲不够、态度不佳、形象

不好、服务不周、反应不快、技艺不精、工作不细……从而让客户产生了疏离、疑虑、反感……

可以这样说，现在的销售工作已经成了高难度、高技术、高技巧、高专业化的职业。作为销售高手，既要满足客户的需求，又要达到销售的目的；既要让不同层次的客户满意，又要为公司赢得利润。你需要有心理学家的特质、沟通高手的才智、销售大师的睿智……

乔·吉拉德说：“真正的销售是从拒绝开始的！”真正体现销售技能和水平的，是逆境中的销售技能，即如何逆转销售逆境或困局的销售技能，这往往直接决定了最后的销售业绩！一个好的销售人员总是善于驾驭复杂的形势，善于扭转劣势，从而促成交易，取得双赢。

彼得·伊利亚德曾说：“今天，你如果不生活在未来，那么，明天你将生活在过去。”做销售工作的你，若不设法提升自己，就将走在别人的身后，成为一个落伍的销售员。要想取得好成绩，销售员必须把工作做到最精、最细、最实、最密，练就逆境销售的本领！没有最好，只有更好！努力提升自己在逆境下的销售技能和推销水平，在激烈的竞争中，打造出属于自己的核心竞争力！

怎么提高技能、提升自我呢？首要任务就是要学习成功的销售技法和借鉴国内外成功的销售经验和技巧。只有认真总结、自我修炼，不断实践，迅速提高自身的专业素养，不断适应新形势和新要求，才能成为卓越的销售员。

本书集国内外卓越销售员销售经验、技法之大成，是销售经验的智慧库。这里面既有乔·吉拉德等销售宗师的真知灼见，更有一大批国内外销售高手提供的成功锦囊！阅读本书，可以让你“踩在巨人的肩膀上”，少走弯路，迅速提升技能！

本书是销售业务的百宝箱，针对销售过程中的各种情境，有针对

性地介绍了各种方法和技巧，内容全面而实用。这里面包括塑造自身形象的技巧、说服客户的技巧、与客户沟通的技巧、展示与介绍的技巧、回答客户提出异议的技巧、建议客户购买与促成交易的技巧和售后跟踪服务的技巧，包罗万象、事无巨细！

本书是销售技能提升的金钥匙。本书结构合理分明，直观性很强。考虑到销售员时间紧，任务繁重，本书内容通俗，能让你轻松阅读。书中配有大量实际案例，有助于销售员深入领会，快速吸收。

销售员不仅要用“脚”去“做”，更要用“脑”去“做”。本书让销售员能站在客户的角度换位思考问题，给销售员以思考与回味的空间和余地，从而避免“推销综合征”，使销售员从根本上理解销售的本质。

总之，本书将助你破茧成蝶，让你在最短的时间内掌握销售的技巧，助你打造一流的销售业绩，成为高水平的销售员。熟读本书，将使你从容地直面严峻挑战，并品尝到付出艰辛努力之后所带来的成功的喜悦，将使你以卓越的销售员的实力去面对未来的职业生涯，打造出属于自己的一片海阔天空，不断向乔·吉拉德这样的销售宗师行列迈进！

你想在短期内成为不折不扣的销售冠军吗？本书将帮助你圆梦，一本不容错过的好书摆在你面前，千万不要坐失良机！

编者

2009年1月

C o n t e n t s / 目 录 /

第一章 冲破重重拜访阻力

技巧 001：越过“把门人”，找到决策者	/ 3
技巧 002：巧妙化解“把门人”的拒绝	/ 5
技巧 003：推敲客户拒绝约见的理由	/ 8
技巧 004：巧言应对不断拒绝的尴尬	/ 12
技巧 005：电话约见让客户“上套”	/ 15
技巧 006：选择拜访客户的最佳时机	/ 18
技巧 007：用创意打开拒绝之门	/ 21
技巧 008：顺利达成初次拜访	/ 24
技巧 009：这样开场才不会被拒绝	/ 28
技巧 010：以真诚的赞美消融距离	/ 31
技巧 011：建立融洽感，化解开场僵局	/ 33
技巧 012：转移客户低落的情绪	/ 36
技巧 013：破解销售演示僵局	/ 38
技巧 014：激发好奇，将冷场的会谈捂热	/ 42
技巧 015：与敌对型客户做朋友	/ 46
技巧 016：巧妙应对傲慢型客户	/ 49
技巧 017：让沉默寡言型客户打开话匣子	/ 52

- 技巧 018: 让愤怒型客户平静下来 / 55
- 技巧 019: 让逆反型客户顺耳顺心 / 60
- 技巧 020: 让保守型客户看到新“境界” / 65
- 技巧 021: 以“三寸不烂之舌”说服健谈型客户 / 68
- 技巧 022: 消除疑虑型客户的后顾之忧 / 71
- 技巧 023: 攻克结束拜访的难题 / 74

第二章 以提问掌控主动

- 技巧 024: 浪里淘金以提问甄选潜在客户 / 81
- 技巧 025: 用提问捕捉客户的兴趣 / 83
- 技巧 026: 解冻客户“冷藏”的需求 / 88
- 技巧 027: 引导需求的六步“破茧术” / 93
- 技巧 028: 用开放性提问获得更多信息 / 99
- 技巧 029: 用针对性提问发动销售攻势 / 101
- 技巧 030: 用选择式提问帮客户做决定 / 103
- 技巧 031: 向客户提问应注意的问题 / 107
- 技巧 032: 让客户感到没有距离和陷阱 / 110
- 技巧 033: 确认客户对时间要求的提问 / 113
- 技巧 034: 确认客户购买决策核准程序的提问 / 116
- 技巧 035: 提问+倾听=销售机会 / 119
- 技巧 036: 提问说服, 让客户不买不行 / 121

第三章 变通中寻找商机

- 技巧 037: 化解拒绝柳暗花明 / 127
- 技巧 038: 洞悉客户拒绝交往的心理特点 / 131
- 技巧 039: 破解客户的各种借口 / 134
- 技巧 040: 让客户说出拒绝理由 / 139
- 技巧 041: 别给客户拒绝的机会 / 144
- 技巧 042: 正确认识客户的异议 / 147
- 技巧 043: 擦亮双眼, 看透虚假异议 / 149
- 技巧 044: 谨慎处理价格异议 / 151
- 技巧 045: 化解客户的时间异议 / 155
- 技巧 046: 需求异议的化解 / 159
- 技巧 047: 质量异议的化解 / 163
- 技巧 048: 购买权力异议的化解 / 167
- 技巧 049: 财力异议的化解 / 170
- 技巧 050: 设法减少客户异议 / 173
- 技巧 051: 把握处理客户异议的时机 / 175
- 技巧 052: 迂回法处理客户异议 / 179
- 技巧 053: 反驳法处理客户异议 / 183
- 技巧 054: 间接否定法消除客户异议 / 186
- 技巧 055: 补偿法平衡客户异议 / 189
- 技巧 056: 询问法化解客户异议 / 192
- 技巧 057: 转化法解决客户异议 / 195
- 技巧 058: 推迟处理法解除客户异议 / 198

- 技巧 059: 预防法“扼杀”客户异议 / 201
- 技巧 060: 不理不睬法打消客户异议 / 205
- 技巧 061: 更换处理法应对客户异议 / 207
- 技巧 062: 举例说明法根除客户异议 / 209
- 技巧 063: 以“缺”叙“优”转化客户异议 / 211
- 技巧 064: 让善变的客户因你而变 / 215

第四章 让交易在你的掌控下收局

- 技巧 065: 想成交, 先消除客户的抵触情绪 / 223
- 技巧 066: 思路“卡壳”了怎么办 / 225
- 技巧 067: 利用魔力话题挽回败局 / 228
- 技巧 068: 消除成交的心理障碍 / 231
- 技巧 069: 让客户心甘情愿接受高价 / 235
- 技巧 070: 顺水推舟引导成交 / 238
- 技巧 071: 请求成交排除客户心理障碍 / 241
- 技巧 072: 用技巧化解客户的抱怨 / 244
- 技巧 073: 处理客户抱怨的妙方 / 248
- 技巧 074: 以认同感化解客户恶感 / 252
- 技巧 075: 灵活应对难缠客户的投诉 / 256

参考文献 / 259

第一章

DA PO XIAO SHOU KUN JING DE N GE JI QIAO

冲破重重拜访阻力

技巧 001: 越过“把门人”，找到决策者

“把门人”是指任何一位把你引见给购买决策人的人，“把门人”可以是前台、接线员、秘书、助理或其他有关的人。在实际推销中，销售人员经常会遭到“把门人”的层层阻拦而被挡在大门之外，无法与购买决策人及其他对购买决策具有重大影响的人进行实质接触。正所谓“阎王好见，小鬼难缠”。

针对层层屏蔽，销售人员可以利用人性和心理学，增加突破的机会，接近决策人。当然，你还可以采取一些个性化的技巧，或者根据对方的反应灵活应变。

1. 与“把门人”建立信任

当销售人员需要多次使用电话与客户联系时，最有效的是要先与“把门人”建立信任，通常可以这样做：

(1) 了解“把门人”的名字并使用

如：“您好，××吗？我是××。”这时亲切地直接称呼“把门人”的名字，并客客气气地对待他们，你就把他们拉拢到你这边了。一旦你们之间建立了一种默契，你就可以请他或她帮个忙，因为很多人都非常乐于助人。你可以这么说：“××，如果你可以告诉我什么时间打电话给刘经理最好，我真的感激不尽。”请记住，你是否可以和决策人通上电话，完全操控在他的手里，如果他站在你这边，他是会帮你的。

(2) 让“把门人”参与进来

例如，销售人员对目标客户说：“我下周会请您的秘书帮我们安

排 10 分钟的电话会议时间。”然后在每一次的沟通中都表现出诚意与感谢，会促使“把门人”更主动地帮助你。

2. 利用私事避开“把门人”

一般“把门人”通常会盘问销售人员三个问题：你是谁？你是哪家公司的人？有什么事情？如果你不直接回答这些问题，他们就不知道该怎么办。你可以这样回答：“我很想告诉你，但是这件事情很重要，我必须直接跟刘经理说。”或者说：“这是我们的私事。”或者用熟悉的口吻直呼决策人其名，使“把门人”误认为销售人员是决策人的熟人，甚至感觉是老板让你打来的。绝大多数时候，这样回答也就够了，电话马上就会被转到你要找的决策人那里。

3. 利用回电绕开“把门人”

某著名公司的副总裁经常用一句话来回复挡在面前的“把门人”。例如：当总机问他：“你有什么贵干？”时，他就回答：“我只是回他电话。所以我也不知道他找我有什么事。”

4. 利用时间差避开“把门人”

通常“把门人”都是早九晚五的员工，有固定的时间吃午饭或休息，而那些决策经理人都会比较早来到公司，较晚或不吃午饭，较晚离开。所以可以先打电话问到决策人的分机或直线，然后在“把门人”不在的时候直接与决策人通话。

5. 利用高层跨越“把门人”

知道要找的人后，可以先找他的上司或者更高级的上司。因为一

般高层人员都比较礼貌，但对具体业务不熟悉，就会告诉销售人员找到他下面的谁，当传到销售人员要找的那一级时，其秘书助手自然会重视。

搞定把门人的方法有很多，但无论是哪一种，你都要切记，你的态度一定要诚恳，这样对方多半会好好配合的。

在约见拜访时，销售人员应该尊重有关接待人员，把他们当做同等重要甚至更加重要的“要人”，设法取得他们的合作和支持，绝对不可怠慢他们，更不可置他们于不顾。为此，西方一些销售人员为了方便约见，首先不忘记给秘书小姐送上一束鲜花，有些还给门卫及其他有关人员赠礼品、送小费，甚至不惜重金收买，事成之后，销售人员还会酬谢给予合作的有关人员。

特别提示

☆☆☆☆



技巧 002: 巧妙化解“把门人”的拒绝

在约见拜访的过程中，有时即使销售人员竭尽全力，“把门人”可能仍会坚决拒绝，那销售人员就应当找到适当的论据来说服他。销售人员可以区别情况来采取对策：

如果“把门人”说“留下你的电话号码，待会儿我们回复”，或“经理在开会，我不知道什么时候结束”，你应问他什么时候才能找到

经理。如果感到他的回答还是在应付，你就不要留下姓名，晚点再打电话。

如果“把门人”说“老板没有时间”或“他在开会”，你应该立即回答：“我在什么时候来电才能联络上他？”“我们暂且定下会谈时间，即使老板不同意也可以取消。”

“把门人”如果要你发一份传真过去，你可建议采取e-mail的形式。对方同意发e-mail的话，你可以得知老板的电子邮箱，这是非常有用的，因为他能直接收到信息，只要他感兴趣的话就可立即给你回电话。而且你之后还可以对“把门人”说，老板在e-mail中说了可以直接与他通电话。

“把门人”说“寄你的产品目录来吧！”你可以要求亲自去公司，也可以在寄到后再致电一次，确定会谈时间。如果“把门人”再要求你寄别的什么，就应该坚决拒绝。如果你不认识负责人的名字，就需要告诉“把门人”你想知道负责人的名字，这样可以寄给他一份资料。

如果“把门人”说“暂时没有这方面的计划”或“今年的预算已经没有了”，那你就要了解一下下期的计划和预算什么时候开始，然后记下日期，到那时候再来电。这样你就拥有比竞争者更有利的战略性信息。

如果“把门人”说“我们公司不需要”时，你可以说：“你对哪些产品更感兴趣？”试着询问对方是否在用其他竞争对手的产品。如果对方答“我们经理对你的产品不感兴趣”，你在对他表示感谢后，可以进一步探询，他不喜欢该产品的原因？然后说出你的产品信息（新产品、价目表、新的服务等）。这样你能很快获得一个被选择的机会。不要犹豫，电话中可以向对方说出价格，不过别写在传真里。“把门人”会对价格做出判断，如果认为可以的话，便会告诉老板。但如果

你寄去价目表，就少了与老板直接交谈的机会，因为他已掌握了有关信息。

如果你用尽所有的技巧后，还是无济于事，试着用一用“突击”的策略吧。换个时间，在早上7:30到8:30期间碰碰运气吧，星期六早上也可以，也许你有机会找到决策者本人。如果真的有问题时，你也可直接找到决策者的秘书处理，这样会遇到较少的阻碍。当然，你不可能同总经理通话，但当对方告诉你打电话去子公司了解时，你就可以有机会说出被推荐的话：“总经理的秘书李小姐告诉我你公司的电话，让我直接与你联系。”

当然，你也可以借某位大客户的名声来介绍自己：找到你与对方的共同客户或供应商，以其名义致电，如此可能会引起对方的重视，而且可以给对方留下与其他电话销售人员不同的印象。记住，在与经理谈话时，过早地暴露你的目的和身份，可能会引起对方的反感，你可以试着想想别的理由。例如，想购买某种商品，想要应聘公司职位，或者提供某种建议等，当对方开始对你产生兴趣时，你再说出自己的来电目的。

一般说来，购买决策人的地位越显赫，其手下的“把门人”就越精明能干。对于那些训练有素的“把门人”来说，有些推销技巧是不奏效的，购买决策人的高级助手一般都比较忠于职守，尽量替上司挡驾或代劳。不过，他们也害怕自己错误地怠慢来宾，很少有失礼、无礼的行为，以免拒绝或冒犯上司想见的贵宾。

特别提示

☆☆☆☆☆

