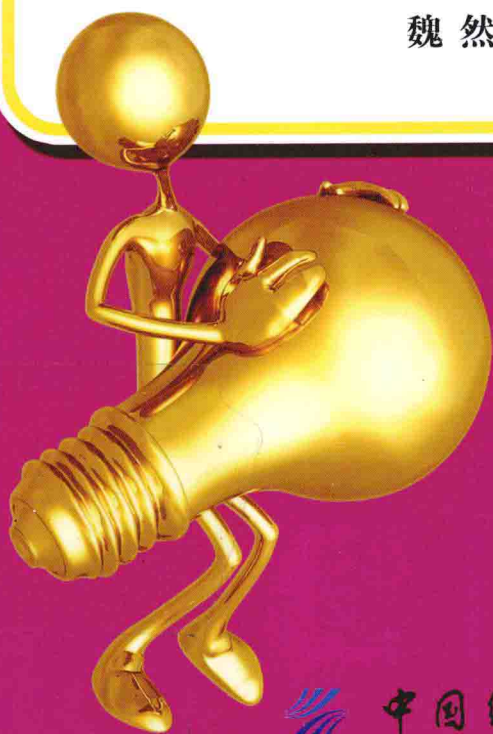


MEITIAN XUEDIAN XIAOSHOU
KUNJING YINGDUISHU

每天学点 销售困境 应对术

摆脱困境才能更快地接近成功

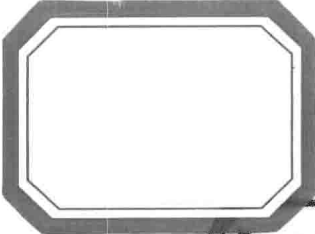
魏 然◎编著



突破销售困境的成交策略
化解销售难题的经典读本

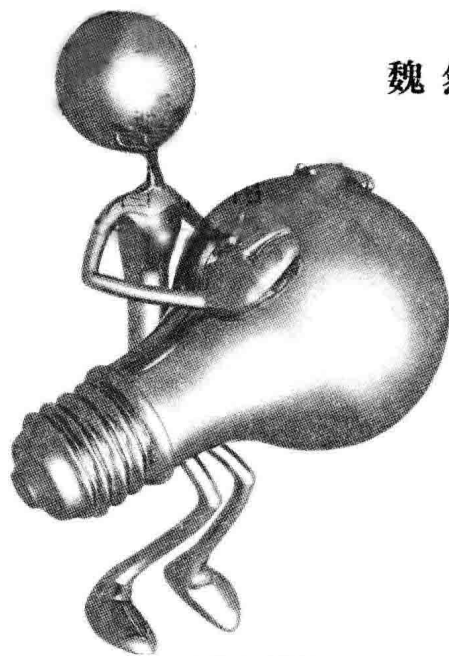


中国纺织出版社



每天学点 销售困境 应对术

魏 然◎编著



 中国纺织出版社

内 容 提 要

销售员要想成功将商品销售出去,一定要掌握应对销售困境的方法,将工作做细致、做到位。本书甄选了最常见的销售困境进行分析,旨在帮助销售员解密与顾客难以达成交易的真正原因。使销售员在销售中突破困境,成功登上销售的巅峰。

图书在版编目(CIP)数据

每天学点销售困境应对术 / 魏然编著. —北京: 中国纺织出版社, 2013. 1

ISBN 978-7-5064-9394-9

I. ①每… II. ①魏… III. ①销售学 IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第267925号

编委会成员: 刘逸新 李国宇 郭 娜 梁芳菲 成振珂 张 林
王晓波 付 刚 韩 岳 李 津 韩 冰 刘改红
张永成 马军红 秦秋莉

策划编辑: 曹炳鎔 特约编辑: 文 浩 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

三河市华丰印刷厂印刷 各地新华书店经销

2013年1月第1版第1次印刷

开本: 710×1000 1/16 印张: 17

字数: 224千字 定价: 29.80元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

前言

Foreword



对于每一个销售员来说，成交是其销售的终极目的。然而，当今社会，市场竞争日益激烈，销售的难度也在不断增大，销售员不可避免地会遇到一些困境。例如：

客户的关注点仅仅维持在观看方面，而不是购买方面；
销售员苦口婆心地为顾客介绍，结果业绩依然平平；
销售员勤勤恳恳，全身心投入销售中，业绩却并不如意；
即将成交的买卖，顾客却突然终止合作……

这使得很多销售员常常感到茫然、困惑。倘若不知如何应对销售困境，那么，销售将以失败告终。

当今的销售已经完全颠覆了传统的销售理念，变成了一门高难度、高技术的学问。作为销售员，既要站在客户的角度为客户着想，使其满意，又要最终做成交易，达到自己的销售目的，为公司谋利益。面对这些困境，销售员究竟怎样才能找到突破口，取得销售的成功呢？

本书正是从帮助销售员摆脱销售困境的角度出发，围绕“应对困境”这一目的提供销售技巧。本书分为十章，分别介绍了如何与客户建立良好的关系，如何打破僵局，如何识别不同类型客户的心理，如何与

客户沟通等，内容丰富、实用，堪称一本销售经验的智慧锦囊。相信阅读本书，有助于销售员学到突破销售困境的方法，在短时间内破茧成蝶，创造不凡的销售业绩，打造出属于自己的一片天空。

编著者

2012年7月

目录

Contents



第一章

奠定基础，与客户建立良好关系

满足客户重视自我的心理需求·····	002
充分准备是成功的基石·····	004
对客户心存感恩·····	007
与客户建立良好人际关系有利于排除障碍·····	009
幽默风趣，打破紧张局面·····	011
微笑是拉近双方距离的有效途径·····	014
赠送小礼物，让你更受欢迎·····	016
良好的环境氛围能提高客户的舒适度·····	018
做好销售，练就真诚基本功·····	020
为客户着想，赢得他们的信赖·····	023

第二章

冲破“路障”，直接找到决策者

跨过前台和电话接线员·····	028
-----------------	-----

冲破助理和秘书·····	030
搞定技术把关人·····	032
应对“路障”的技巧·····	035
在正确的时间拜访客户·····	037
抓住大领导，不要和低层员工过多周旋·····	039

第三章

利用一切机会，拉近与客户之间的距离

激发客户的好奇心，打破僵局·····	044
不要与客户发生争辩·····	047
让赞美拉近你与顾客的距离·····	050
化解演示中出现的僵局·····	053
如何调控顾客的情绪·····	056
用共鸣打消客户的疑虑·····	058
别让顾客产生上当感·····	060
不要一个人演讲，要懂得与客户互动·····	063
用你的热情感染顾客·····	065
帮助客户克服心理障碍，快速签单·····	068

第四章

察言观色，对症下药促销售

谨慎对待害羞型客户·····	074
精选有档次的产品对待“摆谱”型客户·····	076
巧妙应对老练的客户·····	078
适当刺激傲慢自大型顾客·····	080
用善谈应对口若悬河的顾客·····	082



与节约型顾客多打价格战·····	084
用流行元素争取追求时尚的顾客·····	087
与对立型客户交朋友·····	089
与豪爽型客户开门见山·····	091
以柔克刚应对态度强硬型客户·····	093
面对沉默型客户要多一些主动·····	096

第五章

巧妙提问，掌控销售对象

用提问找出潜在客户群·····	100
引导客户说“是”·····	102
开放性提问，捕捉客户的信息·····	105
有针对性地提问·····	108
选择式提问，让顾客的回答更直接·····	111
销售提问中需要注意的问题·····	114
提问 + 说服，让顾客难以拒绝·····	116
在提问中掌握主动·····	118
设计对销售有利的提问·····	121

第六章

应对拒绝，寻找销售商机

用正确的心态理解客户的拒绝·····	124
让客户说出拒绝的理由·····	126
了解顾客拒绝的原因·····	128
推翻顾客的种种拒绝理由·····	133
不给顾客拒绝的机会·····	137

如何开场才不会被拒绝.....	140
巧用新意推开顾客拒绝之门.....	143

第七章

拆除障碍，消除客户异议

接受客户的抱怨.....	148
用更换销售人员的方法处理客户异议.....	150
减少顾客异议的策略.....	153
妥善应对客户的价格异议.....	155
质量异议的化解之术.....	157
练就火眼金睛，分清真假异议.....	160
客户要求退货要妥善处理.....	162
把握处理客户异议的时机.....	164

第八章

妙语沟通，赢得客户认同

要想会说话，先要会听话.....	168
把话说到客户的心里去.....	169
换一种思维与客户沟通.....	172
准确用词，增强客户的信任感.....	174
谈话时注意自己的“表情语言”.....	177
妙语沟通，力挽狂澜.....	179
巧借客户之口做销售.....	180
将故事融入销售中.....	183
用你的权威语言吸引客户.....	185
诋毁竞争对手的话不要说.....	187



第九章

打心理战，成功签下订单

稀缺效应，用稀缺资源吸引顾客·····	192
从众效应，激发客户的购买动机·····	194
攀比效应，激发客户的好胜心理·····	197
沸腾效应，让你的客户热起来·····	200
禁果效应，激发客户的逆反心理·····	203
退让效应，让交易顺理成章·····	206
创新效应，标新立异提高产品的销售量·····	208
刻板效应，别用你的思维定位客户·····	210
首因效应，第一印象决定销售的成败·····	212

第十章

催款有术，轻松搞定债务人

催款人自身素质要不断加强·····	216
信函催款，易攻易守·····	218
电话催款是一种省时省力的方式·····	221
登门拜访，催款更具威慑力·····	224
会议催款，解决问题更直接·····	227
选择适宜的催款时机·····	230
蘑菇术，集中力量催款·····	233
舍卒保车，催款有道·····	235
盯住对方的负责人来催款·····	238
培养客户自觉还款的习惯·····	240
应对客户拒绝回款的借口·····	243



每天学点

销售困境应对术

第一章



奠定基础， 与客户建立良好关系



满足客户重视自我的心理需求

优秀的销售人员都明白，客户最关心的是自己的利益。所以，把握好客户的心理，满足客户重视自我的心理需求是成功销售的制胜法宝。

从心理方面来说，重视自我是人们最基本的心理特征，如果一个人连自己都难以照顾好，那么，他又怎么可能照顾好别人呢？所以一个人具有重视自我的心理是一种正常现象，毕竟，人仅仅是以一种个体生命的方式存在于这个世界上，人需要不断满足自身的生存和发展的需求，需要加强自我保护意识，需要赢得他人的尊重和认可，需要实现自身的价值。因此，作为推销员，如果你能将人的这一心理掌握好，那么，你就能有效地把握客户的心理，顺利地做好销售工作。

当然，重视自我并不是自私，重视自我只是人们完善自我的一种表现。包含两层含义：第一，具有强烈的关心和保护自己的动机；第二，渴望赢得他人的关心。而在销售过程中，客户也同样具有这样的心理，而且这种心理十分强烈，他们不仅十分重视商品对自身的价值，而且在内心深处，他们也十分渴望能得到销售人员的关心和重视，如果产品对自己有价值，销售人员对自己又十分重视，那么客户就会乐于购买。

然而，不可否认的是，很多销售人员在销售的过程中，总是将重点放在自己的产品能否卖出去，总是喋喋不休地夸赞自己的产品，而忽略了这种产品是否适合客户，客户是否喜欢。也许你的产品真的如你所夸奖的那样优质，但是，不知你是否意识到，你这样做，给客户的感觉就是你只注重自己能拿到多少提成，而缺少对客户的关心和重视，客户的心理需求难以得到满足，自然，他们会拒绝你的销售。

一天，王刚和李强到同一个客户那里推销商品，王刚进入客户家之后，就开始滔滔不绝地夸赞自己的产品多么优质，多么受欢迎，如果此

次不购买，以后就没有这个机会了，因为这种受欢迎的产品很快就会销售一空，结果客户十分生气地对王刚说：“很抱歉先生，请不要继续说下去了，我知道你的产品质量很好，很受大众欢迎，但是很可惜，对我来说完全没有价值，因为它不适合我。”王刚只好难为情地说“打扰了”，然后匆匆离开。

一个星期之后，销售员李强又到该客户家里推销，结局却截然不同。李强到了客户的家里，一边和客户聊天，一边注意观察客户的房间设计，琢磨客户的生活品位，并和客户的孩子玩得不亦乐乎，小孩对这位叔叔十分喜欢。接下来，李强在向客户谈论自己的产品时，并没有先就自己的产品侃侃而谈，而是先询问客户喜欢什么样的产品，并为客户分析产品具有哪些潜在价值。最后，李强也没有把自己的产品直接推销给客户，而是间接指出公司最近会推出一些新品，某些商品十分适合客户的品位，希望客户能够多给自己一些时间，等新品上市后，自己将再次拜访。

李强的言行举止让客户非常感动，因为李强站在客户的角度思考问题，为客户着想，让客户感受到了他的真诚，进而赢得了客户的信任。

当李强再次来到客户家中的时候，他不仅受到了客户的热情接待，并且毫不费劲地做成了生意。后来，客户和李强还建立了长久的销售关系，客户从他那里购买了很多产品。

一位销售专家说：“销售是一种压抑自己的意愿去满足他人欲望的工作。毕竟，销售人员不是卖自己喜欢卖的产品，而是卖客户喜欢买的产品，销售人员是在为客户服务，并从中收获利益。”所以，在销售中，销售人员一定要把客户摆在重要位置，心中时刻想着“客户至上”，并站在客户的角度去思考问题，这才是销售取得成功的关键因素。

从上面的故事中，我们看到，客户内心渴望得到销售人员的关心和重视，希望产品适合自己、对自己有价值。如果销售人员设身处地地为客户考虑了，让客户感受到了你对他们的重视，那么，客户自然会与你



做成交易，甚至会因此而与你建立良好的友谊，实现彼此的“双赢”。

所以说，获得客户满意的根本条件是让客户感觉到销售人员重视关心他们的利益，而不是为了让他们花光钱包里的钱，这样才有助于消除彼此之间的隔阂，顺利达成销售的目的。

充分准备是成功的基石

销售无定式，所以，一种方法很难解决所有问题。当然，这仅仅是针对销售技巧而言的。在销售中，我们会发现一些销售员对销售的步骤毫不在意。这往往也是导致他们推销失败的重要原因。由此来说，能否很好地把握销售步骤是衡量一个销售员是否成熟的标准之一。

在一次销售过程中，首先要做好准备工作。有句话说“成功属于有准备的人”，的确，充分的准备是成功的前提。不要等到客户想看资料时，你却忽然发现资料还在办公桌上；不要等到客户询问价格时，你才急急忙忙查阅价格表；不要等与客户交换名片时，你才发现名片居然在另一件衣服中。对于销售员来说，这些准备都是最基本的。

此外，在销售中，我们常常会发现一种现象，如果一个销售员今天拜访的第一个客户很顺利，那么，他今天的心情就会很好，销售成绩也会很可观。但是，如果今天拜访的第一个客户不顺利，那么，他今天的心情就会很差，进而使得销售成绩也很糟，甚至无功而返。那么，导致这种情况产生的原因是什么呢？

也许有人会说，那可能是因为他今天的运气欠佳。其实，真正的原因在于销售员在拜访客户前没有做好心理准备。如果销售员拜访第一个客户时很顺利，那么，在接下来的拜访中，他们自然会全身心地投入其中。而这种状态也会对客户产生积极的影响。如果客户的积极性被调动起来，那么，客户接纳你的概率就会增大；相反，如果客户的积极性难

以被调动起来，那么，他们就会消极应对，结果，无论多么好的产品，他们都不会接受。

所以，一名销售员在与客户沟通之前一定要做充分的心理准备，特别是面对新客户时，既要具有充足的成交信心，同时也要做好被拒绝的准备。虽然，这么说似乎有些难以理解，其实这种道理和很多超市写出的为客户服务的原则是一样的：第一，客户永远是对的；第二，如有异议请参照第一条。所以，我们可以把销售员在面对新客户时的心理准备理解为：第一，在拜访客户前一定保持精力十足、信心十足；第二，如果被客户拒绝，请参照第一条。

一位销售员曾讲述过这样一个故事：

“从前，我总是对拜访客户很恐惧，每次出门的时候，我都会默默祷告，希望客户不在。因为我难以承受被客户拒绝时的失败感，所以经常紧张而又踌躇，结果，在拜访客户时表现得非常糟糕。自然，一次又一次地失败了。”

我们再来看一看另一位优秀销售员的故事：

“从前的我是这个世界上最软弱、最颓废的销售员，经常穷困潦倒。每当遇到难题时，我总会选择逃避。有一天，我发现自己的业绩是所有人中最差的，此后，我更不愿意去拜访客户。慢慢地，我开始自欺欺人，得过且过。直到有一天我出去游玩，希望借此释放压力之时，我突然意识到——如果我总是得过且过，当一天和尚撞一天钟，那么，我的生活将永远被失败包围。所以，我必须振作，必须改变现状。”

从此之后，这位销售员以全新的姿态来面对生活，每天下班之前认真记录自己当天的工作情形，然后自我反省。他说：“如果我们不坚持这样做，那么，我就会成为环境的奴隶，我必须走出这种怪圈，不受环境摆布。”从此，他的销售业绩不断攀登，成为公司的销售冠军。

一名优秀的销售员，应当懂得不断调整自己的心态，使之达到最佳，尤其是与客户进行交流的时候。那时，销售员的价值往往是最大



的：也许在与客户短暂的谈话中，你就能为公司创造数万元的业绩。所以，在这至关重要的时刻，你必须保持最佳状态，将你的销售潜能全部发挥出来。

当然，很多时候，我们会高估了客户对于购买的产品和服务的标准。其实，有些时候，他们对这些并不重视，他们之所愿意和你达成交易，也许是因为你表现得很专业，很自信，他们对你产生了好感，所以，愿意与你做生意；而有些时候，你们之间交易失败，也许仅仅是因为你在一些细节方面做得太粗心，让他们对你产生了怀疑，所以，放弃与你做生意。每个人都喜欢与自信的人交往，如果客户发现你对自己都不自信，那么，客户对你就更加怀疑了。

也许有人会问，难道客户真的能看出来销售员有没有自信吗？能！因为我们的内心思想会主导我们的语言、语气和行为。人们的内心状态在好与不好时，他们的行为举止是不一样的。也许有人会说，那我们做好掩饰不就可以了吗？非常难！虽然人们能够很好地控制自己的语言，但想要很好地控制肢体语言就很难了。所以，肢体语言往往会将人们的内心出卖。

由此可知，充分的准备、良好的状态，是销售员在拜访客户之前必须做好和具备的。如果遇到挫折，我们必须尽快调整状态，不要急着与客户交流，以免带来负面的影响。

其实，销售的过程是有规律的，关键是我们要重视这些规律，不能急于求成。实践告诉我们，在拜访客户前，准备工作做得越好，你的销售就会越顺利。如果准备不充分，那么，你的销售就会困难重重，甚至以失败告终。所以说，销售不是轻而易举就可以做好的工作，它是一个积累的过程。你的准备越充分，你所发挥的空间也就越大，你的销售目的就会在不知不觉中达成。