

# 如何赢得 大客户

在如今这个一切都讲究高效率的时代，  
销售人员已经不仅仅单纯地  
去追求成交率和销售利润，

促成销售赢得客户的效率也成了  
销售人员所追求的目标之一。

金卫◎编著

RUHEYINGDE  
DAKEHU



好的销售人员，

就一定要懂得观察、识别，

真正明白小方法对销售工作的重要性。

通过引导顾客的心理，

有效激发顾客的购买欲望，

才能顺利成交，

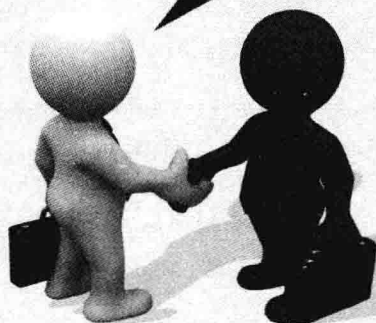
从而让自己成为销售行业中的一名佼佼者。

中国华侨出版社

# 如何贏得 大客戶

金 卫◎编著

RUHEYINGDE  
DAKEHU



中國華僑出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

如何赢得大客户 / 金卫编著. —北京: 中国华侨出版社,  
2013. 12

ISBN 978 - 7 - 5113 - 4364 - 2

I. ①如… II. ①金… III. ①企业管理 - 销售管理  
IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 001545 号



●如何赢得大客户

编 著/金 卫

责任编辑/文 慧

封面设计/智杰轩图书

经 销/新华书店

开 本/710 × 1000 毫米 1/16 印张 18 字数 220 千字

印 刷/北京溢漾印刷有限公司

版 次/2014 年 2 月第 1 版 2014 年 2 月第 1 次印刷

书 号/ISBN 978 - 7 - 5113 - 4364 - 2

定 价/32.00 元

中国华侨出版社 北京朝阳区静安里 26 号通成达大厦 3 层 邮编 100028

法律顾问: 陈鹰律师事务所

编辑部: (010) 64443056 64443979

发行部: (010) 64443051 传真: 64439708

网 址: www.oveaschin.com

e-mail: oveaschin@sina.com



## 前言

不得不承认，如今做商品销售的确越来越难了。成交客户，对于销售新人而言，起初的努力自然应当，但是，结果常常事倍功半；对有几年销售经验的老手而言，追求突破也总感力不从心。

在如今这个一切都讲究高效率的时代，销售人员已经不仅仅单纯地去追求成交率和销售利润，促成销售、赢得客户的效率也成了销售人员所追求的指标之一。那么，作为销售人员，如何提高自己的销售效率？如何去快速分辨眼前的客户有没有成交意向？如何快速地将自己以及产品的魅力展现给客户？如何在销售过程中及时修正自己的销售策略？如何在与客户的沟通中快速把握客户心理？如何在面对销售挫折的时候快速反应并重建信心？如何快速把握客户的成交意愿把每一笔销售都完成得滴水不漏？这一个个问题，都是摆在每一位销售人员面前的试卷，等着我们去写下答案。

可以这样说，如今的销售工作已经成为了具有高难度、高技术、高技巧、高专业化的职业。作为销售高手，既要考虑去满足客户的需求，又要达到创造利润的目的；既要让不同需求不同领域的客户

满意，又要为公司和个人赢得口碑。如今的销售人员，需要有心理学家的缜密，谈判高手的应变，策划大师的运筹……对于销售人员来说，有时候一个细节的处理稍有闪失就可能让辛苦跟踪的订单化为泡影。要想取得好成绩，销售人员必须将每一笔销售业务做到最精、最细、最实、最到位；没有最好，只有更好，销售人员要时刻注意努力地提升自己的销售技能和推销水平，在越来越激烈的销售竞争中，打造出属于自己的核心竞争力。

本书立足于实践，着眼于细节，从接触客户的第一步开始，一直到业务成交之后的客户维护，力求做到剖析销售过程中的每一处细节，无论是总结挖掘客户资料，还是在具体销售中与客户的沟通技巧，都做了具体详细的总结与分析；同时对于销售人员在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，其中包括销售人员塑造自身形象的技巧、用产品说服客户的技巧、与客户沟通的技巧、展示与介绍产品的技巧、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，可以说是包罗万象，事无巨细。

希望每一位销售人员，无论是初入销售行业的新手，还是在销售行业拼搏多年的老手，都能够从这本书中找到有用的东西，有所收获。在迈向一个个销售纪录的拼搏之路上，通过阅读本书给大家提供些许的帮助和动力，是笔者唯一的目的，也是最大的心愿。



# 目录

## 第一章 精确制导，准确锁定客户群

---

客户是营销的根本，相信每一个做营销的朋友，都常常会问自己以下的问题：“今天的客户在哪里？下一个客户在哪里？明天的客户在哪里？未来的客户在哪里？”面对来来往往的客户，或者是拿着厚厚的客户资料，如何迅速找出属于自己的潜在客户，是每一个销售人员所追求的至高境界。

- 练就慧眼，让潜在客户浮出水面 / 2
- 耳听八方，掌握最为详尽的客户信息 / 6
- 多方了解，洞悉客户内心的真实需求 / 10
- 多多观察，交谈间体察客户性格心理 / 14
- 顺藤摸瓜，汇总信息找出客户主观需求 / 18
- 广结良缘，找到属于自己的销售群体 / 22
- 寻觅捷径，善于利用各种信息化工具 / 26
- 良好信誉，让客户主动上门找你签单 / 30

## 第二章 展示自我，给客户良好的第一印象

---

在人与人的交往中，第一印象十分重要。第一印象的概念在心理学上称为“最初印象”，是指人们在初次见面时对他人形成的印象，据说人们在初次见面的45秒钟内就能形成第一印象。而且这最初的印象能够在对方的头脑中形成并占据着主导地位。简单地说，就是和他人初次见面进行几分钟谈话，对方在你身上所发觉的一切特征，包括仪表、礼节、言谈举止，对别人的态度、表情、说话的声调、语气、姿态等诸多方面。人们会根据这些信息形成对你的基本评价和看法。第一印象一旦形成，便很难改变。对销售人员来说，第一印象犹如生命一样重要，你给客户的第一印象往往会决定交易的成败，客户一旦对你产生好感，自然也会对你和你销售的产品有了好感。

平心静气，保持三秒钟的完美笑容 / 36

“和气生财”，交流气氛永远是最重要的 / 41

巧用直觉，引导客户“跟着感觉走” / 45

多多益善，不要吝惜自己的溢美言辞 / 50

释放激情，用热情激发自我感染力 / 54

求同存异，找到交谈切入点 / 58

发自内心，真诚是开拓客户的最佳广告 / 62

最终目标，成为客户最值得信赖的朋友 / 67

## 第三章 巧妙规避，营销中应该避免的事情

---

俗话说，人无完人，每个人都会有缺点，每个人都有可能犯错。但是作为一名优秀的销售人员，应该学会从那些成功或者失败的销售案例中总结经验，比如什么样的客户应该如何对待，销售人员容易犯的错误有哪些，客户喜欢什么样的销售人员，等等。通过这样的经验总结，我们就能够总结出一套营销中的行为准则，虽然在实际的销售中我们会遇到形形色色的客户，具体怎么做要视实际情况而定，但是有些不能犯的错误却存在共性。那么，作为销售人员，面对客户的时候，我们要极力杜绝那些错误的发生。

- 一视同仁，别犯以貌取人的低级错误 / 72
- 学会倾听，给客户一个畅所欲言的机会 / 75
- 巧妙应对，沟通中把握交流话题的分寸 / 79
- 表里如一，口是心非的人难以获得客户青睐 / 85
- 委婉表达，直言反驳客户难以接受 / 89
- 不必强求，用销售行为带给客户快乐 / 93
- 信守承诺，要说到做到 / 97
- 坦率做人，亮明自我与客户坦诚相待 / 102



## 第四章 运筹帷幄，打好客户心理战

---

对于销售人员来说，每一次与客户的博弈都是一场心理战，面对兴趣爱好脾气目的各不相同的客户，根本不可能用固定的模式去与之沟通，想要成为一名优秀的销售人员，就要掌握不同客户的不同应对策略，在诚信做人的层面上我们要“以不变应万变”，但是在应对客户的层面上，我们要做到心中有数，运筹帷幄，打赢与客户之间的每一场心理战，以胜者的姿态把握好每一份订单，并最终成就我们的销售梦想。

体贴周到，了解客户所想满足客户所需 / 108

学无止境，用丰富的知识武装自己 / 112

初次约会，重视客户对产品的初步认识 / 117

创造条件，言谈中提升产品的价值品质 / 121

面面俱到，着重介绍产品的具体优点 / 125

迂回婉转，谈产品之前先培养点感情 / 129

善意引导，激发客户对产品的了解欲望 / 134

水到渠成，让客户心情愉悦地购买产品 / 138

## 第五章 锦上添花，把握销售促成技巧

---

做销售的朋友可能都深有体会，很多时候，销售的前期工作也做了不少，产品从性能到库存都相当给力，而客户那边，来来回回的沟通也都算友好顺畅，基本上心里认为这个客户肯定是要签单的，也就是迟早的事情，然而这可谓是“天时地利”的订单却始终无法落实，感觉始终是良好，气氛也有，就是始终保持在这个状态，销售工作无法取得进一步的突破，一来二去，原本看好的订单也不知不觉化为泡影。这样的局面，表面上看起来，似乎是“煮熟的鸭子飞了”，但实际上仔细分析，还是销售人员的工作没有做到位，鸭子虽然在锅里，但是始终是差了那么一点点火候，终究是没有熟，也就没有入口的机会了。销售工作中，一个订单的达成不仅需要扎实的售前以及售中工作，也需要一点“临门一脚”的销售促成技巧，才能最终确定达成订单。而那些“临门一脚”的销售技巧，对于我们的销售工作来说，无疑是锦上添花，是我们成就销售事业的重点所在。

首要前提：全面了解客户的购买意向 / 144

反客为主，帮助客户挖掘潜在需求 / 148

精心梳理，洞悉客户内心的购买动机 / 152

合理竞争，如何争取客户资源 / 156

细致服务，给客户提供更好的解决方案 / 159

真诚服务，销售商品拼的是专业服务 / 164

占领商机，看准机会就不要轻易放手 / 168

## 第六章 从容应对，冷静面对客户拒绝

---

无论是成就非凡的推销员，还是正在事业开拓期的推销员，如果问到他们遭遇最多的是什么，恐怕都会不约而同地说出一个词：拒绝。事实上确实如此，可以说销售人员的成长，都是从被拒绝开始的，没有被拒绝过的推销员不是合格的推销员。只有在一次次的挫折中，才能真正掌握不同客户的不同对待方法。被称为美国“最伟大的推销员”的乔·吉拉德也曾经说过：“客户的拒绝并不可怕，可怕的是客户不对你和你的产品发表任何意见，只是把你一个人晾在一边。所以我一向欢迎潜在客户对我的频频刁难。只要他们开口说话，我就会想办法找到成交的机会。”因此，面对客户的拒绝，保持冷静并且从容应对，是每一个销售人员应该追求的。

直面拒绝，销售人员走向成功的必经之路 / 174

保持淡定，面对拒绝也能淡然一笑 / 178

宁静坦然，将焦虑埋在心底 / 181

平心静气，巧妙化解销售僵局 / 185

分类对待，对客户进行量体裁衣式服务 / 189

尽在掌握，始终把握与客户沟通的主动权 / 194

处变不惊，不断总结经验以不变应万变 / 197

永不言弃，这个世界不言弃就不会有失败 / 201

## 第七章 一锤定音，把握成交最佳时机

---

成交是销售业务的主题，作为销售人员，我们所有的工作和努力都是为了这两个字。但是简单的成交二字实现起来却并不是那么简单，包含着太多的东西。销售的过程是最难掌握的，既是一门学问，又是一门艺术。不同的客户要运用不同的成交方式，抓住不同的成交时机。或者是水到渠成，或者是出其不意，或者是反客为主，总会有一种方法能让你把握眼前的客户，牢牢抓住成交机会，关键就在于我们如何去把这些方法找出来并且融会贯通，运用自如。这也是每一位销售人员所不懈追求的目标。

- 宠辱不惊，成交在望更要保持淡定心态 / 206
- 增强自律，牢记那些必须坚持的营销原则 / 210
- 胆大心细，迎难而上成功辨识成交信号 / 213
- 放大共识，避开那些影响成交的“雷区” / 217
- 入乡随俗，找到最适合达成协议的地点 / 221
- 雪中送炭，特殊时刻不要忽略救兵的力量 / 225
- 抑制锋芒，急于求成往往只会丧失机会 / 229
- 留有余地，胜过“破釜沉舟” / 233

## 第八章 继续扩展，营销之路没有终结

---

不少销售人员都认为，对于一位客户而言，成交是销售的终结，成交了就等于画上了一个圆满的句号，就万事大吉了，可以跟这位客户说再见了。其实这是一个非常错误的想法，世界知名的推销员都不会把成交看成是销售的终点站，日本销售大王原一平有句名言：“成交之后才是销售的开始。”这句话反映了真正优秀的销售人员对于成交的正确看法和态度。其实，成交之后才是考验销售人员的开始，判断一个销售人员是否合格，就要看他是否具备长期维护客户的能力。

回到起点，成交不是结局而是崭新开始 / 238

维系关系，保持沟通确保长远利益 / 242

二次联络，一锤子买卖会阻止业绩增长 / 247

笑对抱怨，抱怨背后有商机 / 252

不断改进，与产品一起稳步提升不断成长 / 256

客户至上，开发客户资料用财富创造财富 / 261

体察细节，把产品送到客户心坎上 / 266

巧妙运筹，让客户为自己创造下一次销售 / 271



# 第一章

## 精确制导,准确锁定客户群

客户是营销的根本,相信每一个做营销的朋友,都常常会问自己以下的问题:“今天的客户在哪里?下一个客户在哪里?明天的客户在哪里?未来的客户在哪里?”面对来来往往的客户,或者是拿着厚厚的客户资料,如何迅速找出属于自己的潜在客户,是每一个销售人员所追求的至高境界。

## 练就慧眼，让潜在客户浮出水面

“营销即交流”——明白这句话含义的朋友，大多对于营销有了比较深刻的体会和理解。在普通人的眼里，这种“交流”可能仅限于对话问答，但是在一个营销高手的眼里，“交流”却有着更加深刻、更加丰富的含义。

很多时候面对的客户，无论是从你面前走过还是已经在与你讨论商品，我们心里首先要思考的一个问题就是：他有没有购买意向？成交的可能性有多大？他是不是我的潜在客户？当然这些问题的答案很复杂，甚至可以说是一门学问，那么就让我们从交流最基础的步骤着眼——学会“看”人。

我们都知道眼睛是心灵的窗户，眼睛有时会背叛主人强力的掩藏，欲盖弥彰。很多时候，尽管你热情洋溢地向顾客介绍了你的商品与服务，但顾客似乎不为所动，面无表情，一声不吭。这时，你最好趁机观察顾客的眼睛，看他的眼睛有没有跟着你转。如果他的视线随着你的手一起移动，这就表示他有购买的欲望，你只要再加把劲儿，就有可能促成这笔交易了。



### （一）从客户的眼神看答案

学会不断地判断客户的眼神，不断地从客户的眼神中获取信息，在谈业务时，会取得事半功倍的效果。当你去拜访客户时，如果他睡眼蒙眬，萎靡不振，那么你就要做好再次访问的准备，因为这时的客户根本不会认真地听你的产品介绍，也不会对你的言语感兴趣，你明智的做法就是礼貌地告辞；如果你在洽谈的过程中，发现客户眼神中流露出不耐烦，你最好停下来，征询客户的意见，不要说个没完没了；如果你发现客户对你的产品不屑一顾，这说明他对你的产品不认可，不满意，这时你最好问客户急需什么样的产品？要按照客户的思路介绍产品效果更佳；如果你介绍产品时，发现客户的眼神一亮，这说明你的产品引起了客户的好奇；如果你报的价格，客户很惊讶地露出微笑，说明客户对你的报价很满意，再杀价就是走过场，你一定要坚持；如果客户流露出怀疑，并皱着眉头，说明对你的报价和产品还有怀疑。

此外，客户眨眼的速度也能给销售人员带来准确的意向信息。通常情况下，当客户在挑选东西时，如果他眨眼睛的速度突然变快或变慢，就意味着他看上了那样东西，随时注意观察的你应该捕捉到他发出的“购买信息”，找机会敲一下边鼓，促销一下。这也就教导我们生意人，即使客户在挑选东西时，不喜欢你跟前随后，也不要“线”放得太长，完全不管，以免错失了促销的良机。

### （二）从表情中洞悉客户思想

当客户由咬牙沉腮变成表情明朗、放松、活泼、友好；或者表



情由冷漠、怀疑、拒绝变为热情、亲切、轻松自然。他的内心一定是做了购买的决定。这样的信号我们一定要牢牢盯住。在业务介绍中，当我们将产品的细节和付款方式、交货方式详细说明后，如果客户表现出很认真的神态，就是对你所说的比较在意，双眼紧盯着你，怕你说错了。这个时候的客户，已经开始接受你的产品，并打算订购你的产品。当你看到客户露出这样的神态的时候，你一定要明白，眼前的人就是你的潜在客户，不要犹豫，抓紧时间进一步探讨成交的事宜吧。

### （三）熟知客户的身体语言

首先来说，客户的行为由静变动，在动作上由抄手、抱胸等静态的戒备性动作，转向“东摸摸、西看看”的动态动作。俗话说“爱不释手”，如果客户对产品动“手”了，至少说明客户有了购买的意向。

我们在给客户介绍产品时，客户都会有一定的动作表现，你可以根据他做出来的动作形态，来介绍产品。比如当客户在听你的介绍时，一只手摸下巴做沉思的形态，说明你解说得还不太让他明白，这个时候，你要停下来问一下对方，哪里不是很清楚，等对方说出来后再补充，不可以一味地说下去，让对方带着疑问听你的介绍。如果客户在听你的介绍时，有时抓头发，有时舔嘴唇，表现出坐立不安的神态。说明他正在做激烈的内心斗争。这个时候你就要找出客户对你产品的疑虑之处，把定单拿下来。不要一味地解说下去，不然没等你说完，客户的矛盾心态已经取消了，等你说完他也走人了。还有一个细节就是看客户的双脚。客户的双脚可能透露着