

なぜ、私はBMWを3日に1台売ることができたのか

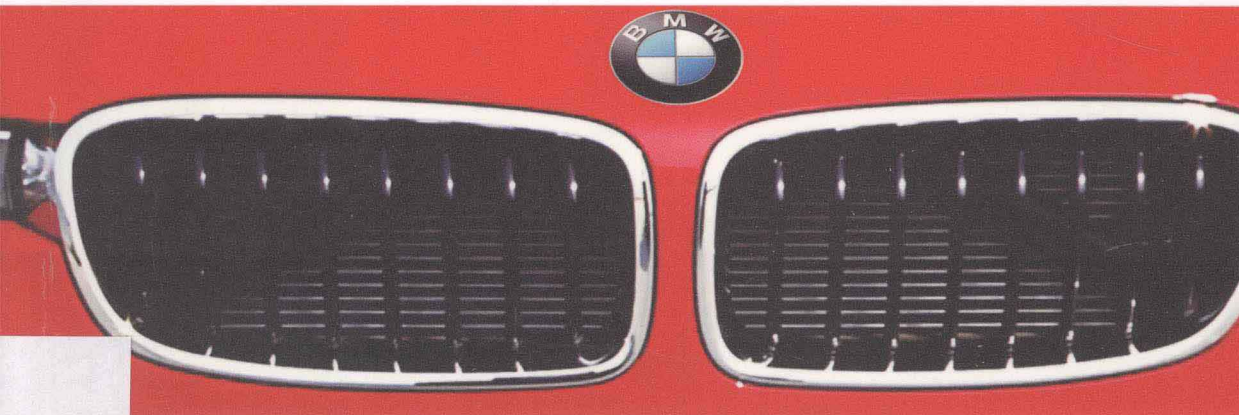
入行后7个月零业绩，天天害怕被开除，如何咸鱼翻生，一跃成为第一销售？

3天卖1辆宝马，累计销量破2400辆，惊动宝马总部！

为什么我能 3天卖1辆宝马

日本汽车销售天王的成交心法

[日]饭尾昭夫 著 马惠译



“引发顾客喜悦的接待术”，
销售新手与受挫业务员必备的职场生存宝典！

传奇业务员亲授如何成为
“任何商品都卖得掉”的超级销售！



化学工业出版社

为什么我能 3天卖1辆宝马

なぜ、私はBMWを3日に1台売ることができたのか

[日] 饭尾昭夫 著 马惠译



化学工业出版社

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

为什么我能3天卖1辆宝马 / [日] 饭尾昭夫著;
马惠译. —北京: 化学工业出版社, 2013.9
ISBN 978-7-122-18139-8

I . 为… II . ①饭… ②马… III . 汽车-销售-经验
IV . F766

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第179412号

NAZE, WATASHI WA BMW WO 3KA NI 1DAI URUKOTOGA DEKITANOKA
by Akio Iio

Copyright © 2012 Akio Iio

Simplified Chinese translation copyright © 2013 Chemical Industry Press.

All rights reserved.

Original Japanese language edition published by Diamond, Inc.

Simplified Chinese translation rights arranged with Diamond, Inc.

through Tuttle-Mori Agency, Inc. and Beijing Kareka Consultation Center.

本书中文简体字版由Diamond, Inc. 授权化学工业出版社独家出版发行。

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分, 违者必究。

北京市版权局著作权合同登记号: 01-2013-5619

责任编辑: 王 津 李岩松 张焕强
责任校对: 王素芹

封面设计: 尚世视觉

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街13号邮政编码100011)

印 装: 三河市双峰印刷装订有限公司

710mm × 1000mm 1/16 印张14 字数260千字 2014年1月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519680) 售后服务: 010-64519661

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 32.00元

版权所有 违者必究

前 言

“怎么又从这里买车了？真是太不可思议了……”

销售是一份非常有意义的工作。通过尽力为客人提供必要的服务，满足客人的各种需求，我们会有各种意想不到的收获，得以享受无与伦比的喜悦。

我们需要踏实地接待客人，认真地与客人讨论，清晰地把握客人的需求，尽自己最大的努力来满足客人的要求。只要做到了这几点，我们肯定会度过忙碌、充实而又快乐的每一天。

可是，销售又是一份很难做好的工作。比如：

- 内心非常想把自己的产品推销出去，却怎么也卖不掉。
- 客人就是不买自己力推的产品。

- 明明是非常棒的产品，客人却对它丝毫不感兴趣。
- 不论怎么压低价格，客人都没有购买的打算。
- 总是被竞争对手抢先一步。
- 从根源上讲，根本遇不到有购买欲的客人。

.....

作为进口新车销售界的“*No. 1*”，我有着超过 30 年的销售经验。就宝马（BMW）汽车的销售来说，平均每年都会有超过 100 辆车的销售业绩，我也因此成为日本第一个卖掉 1000 辆宝马汽车的销售人员。销售业绩最好的那一年，基本上是每 3 天卖掉 1 辆车。

升到管理层之后，还是有客人特意找到我买车，我也因此一直维持着一年 80 辆左右的销售业绩。加上之前卖掉的林肯、捷豹等其他品牌的车，单是进口新车，我就已经累计销售超过 2600 辆。

即便是不再从事宝马销售的现在，还是有不少长期保持来往的老客户联系我，希望可以再从我这里购车。每当接到这样的联络，我心里都是满满的感激。

不过，虽然我有着很高的销售业绩，但我很清楚，销售是一件痛并快乐着的事情。我享受销售带来的快乐，也深深懂得销售的难处。而且，正因为销售不易，从中得到的

欢乐才会更多，我才能够长期坚持下来。

我的客人大多以经营者、医生、创业者等高收入人群为主。有的客人跟我已经有长达 30 年的交往。还有一些客人，除了他们自己，他们的太太、孩子，甚至孙子都会成为我的新客人。而如果没有做这份工作，这些人我一辈子也不可能接触得到。正是销售这份工作让我与他们相识，正是车这一媒介让我能跟他们保持长久的往来。

对车完全不懂的我会一直坚持到现在，真是多亏了客人们的支持。对此，我一直心怀感激。

我得到了“日本第一的销售”“传说中的奇迹销售”等过誉的赞扬。另外，我在宝马（日本）公司的青山、高轮以及新宿的分店做过店长。而我每到一家店，这家店的销售业绩都会在全日本“称霸”。

“饭尾先生大驾光临的话，我们的销售业绩肯定会见好。”——就这样，公开演讲的邀请也增多了。据说只要我在那儿做个演讲，那家店的销售业绩就会节节攀升。

目前，我作为企业咨询顾问，为创造更好的销售业绩贡献着自己的一份力量。

不过，我并不是一开始就有良好业绩的。

当我还是新人的时候，刚开始的整整7个月，我1辆车也没有推销出去。每天都惶惶不安，总在烦恼自己是不是要主动请辞，会不会被炒鱿鱼。

不过，正是因为有过这些经历，才促使我去不断认真思考如何才能提高销售业绩，并一直努力至今。

怎样对待客人才可以把商品推销出去？

客人想从销售人员身上得到些什么？

要跟客人谈论些什么？

怎样才能战胜自己的竞争对手？

要解决这些烦恼，关键在于你自己的“待客方式”上。

经常有年轻的销售人员问我怎样才能提高销售业绩。而实际上，如果将“想要提高销售业绩，要做到哪些”这个问题用简洁易懂的话表述出来，你就会发现，其实都是大家老早就背得滚瓜烂熟的一些话。

- 认真。
- 诚实。
- 不撒谎。
- 与尽可能多的客人接触。

- 尽自己最大的努力想客人所想。
- 做好售后的跟踪和服务。
- 持续提升客人的满意度。
- 成为客人可以信赖的人。

只要是从事销售工作，不管是谁，这些话应该听得耳朵都要生茧子了吧。

可即便是这样，还是有的人业绩好，有的人业绩差得一塌糊涂。看上去每个人的做法都是一样的，可还是在某些地方拉开了差距。

我到底是如何成为第一的呢？当然，我只是贯彻了之前列举出来的“理所当然”的事情。除此之外，别无他法。

其实，有很长一段时间，我也不清楚区别在哪里。

“只要努力就一定能成为第一。”我曾经一直这样鼓励自己……

然后，有一天，我不禁问了我的老客户：“您觉得，我是靠什么成了第一的呢？”

于是，我得到了这样一个回答：“饭尾你不过是个普通人，可到底为什么会成为第一呢？”

另外，别的客人这样说道：“人品吧？也许是因为跟

你聊天很开心？不过，说实话，我也没觉得你口才有多么好……”

客人也不清楚是为什么。

不过，倒是有一位客人说过这样一句话：“怎么又从你这里买车了？真是太不可思议了……”

在购车合同签好以后，这位客人忽然说了这么一句话。这位客人一有什么事儿就会打电话给我，我每次都会很认真地询问情况。虽然主要是聊天，不过聊完之后，话题总是会兜回到车上面来。

比如说，“我最近在考虑换辆车子”“我女儿也打算买辆车”……

有一个老主顾买了好几辆车子，可恰恰是这样一位客人却说出了这样的话：“怎么又从你这里买车了？”我自己也想知道为什么呢……

多年来一直从我这里买车的另一位客人也这样说道：“饭尾先生你从来也没有说过希望我买车的话。可为什么我又拜托你帮我物色了呢？”

也许你觉得这实在是不合情理，可我的确没有做过任何特别的事情。真的，只是拼命努力而已。

以称霸勒芒 24 小时耐力赛^❶而名声大振的“乡之队”的领军人物乡和道先生也是我长期以来的客户。

“饭尾先生不愧是顶尖销售。不仅会全面考虑到顾客的需求，待客态度也是很好的。”乡先生曾经这样评价过我。

而且，乡先生的朋友也告诉我，也许正是我不过于干涉顾客的选择这一点，为我赢得了不少加分。

似乎有很多销售人员总是一个劲儿地推销自己的产品却丝毫不顾及客人的感受。其实，大多数客人都是很反感这种行为的。

曾经有客人跟我提道：“你并没有自说自话，而是一直在旁边为我们的选择提出必要的建议，这一点是非常可贵的。”

从这以后，我逐渐意识到：或许恰到好处的待客方式正是我工作的一大特点。

我不会使用魔法，没有特别的才能，也没有卓绝的销售技巧。至少我从来没有从客人或者同事那里得到过类似“很有销售才能”“很有销售技巧”的评价。

❶ 勒芒 24 小时耐力赛（法文为 24 HEURES DU MANS），1923 年开始（1936 年、1940—1948 年除外），每年 6 月在法国巴黎西南约 200 公里处的商业城市勒芒（Le Mans）举行的被称为最辛苦、最乏味的单项赛事。——译者注

如果见到我本人，大家就会发现，其实我是一个很寻常的普通人。我不是超人，也没有超能力。我更不是生来就有着卓越销售灵感的天才销售。

我不会喝酒，不擅长打高尔夫。我也没有可以迷倒一大帮人的谈话技巧。我只是一心希望“可以跟客人有更多的交流”，希望“客人可以因为我自己的努力而开心”，希望“可以完成当月的工作任务”。我只是心怀这些希望，并为此不遗余力地去努力、去奋斗。

我并没有初次见面就可以把产品推销出去的能力。我只是在平常的工作中注意保持诚恳的待客态度，就客人的需求与其进行彻底的沟通，并在之后跟客人保持良好、有效的联系，一步一步取得客人的信任。不经历这些过程是不可能有人来买你的产品的。我只是比谁都要清楚这一点而已。

工作到现在，有不计其数的客人从我这里买车，介绍新客户给我，让我有机会为他们服务。即便是现在，我也经常会接到客人问候我近况的电话。

“有些事儿想跟你聊聊，一起吃个饭吧。”

不一定是聊车，很多时候话题跟买车一点关系都没有。

前几天，一位老客户的儿子找到我，希望我可以帮忙劝

说他父亲打消购买新车的念头。这位客人有两个儿子，曾邀请我作为主宾参加了他儿子的婚礼，还请我在婚礼上做了发言。他儿子跟我说：“父亲已经是 80 岁的高龄，我不想让他再买那种速度很快的车，可他根本就不听我的。我觉得，父亲肯定会听饭尾先生您的劝，所以就来请您帮忙了……”

后来，我找到这位客人，建议他说，开小马力的车也其乐无穷。客人也就打消了之前的念头。

从结识客人开始，尽可能长久地跟客人保持联系。我一直努力保持这样的工作态度，是因为我心中对客人的感谢之情一直非常强烈。

非常感谢您选择成为我的客人——感谢之情。

不仅如此。

我的客人们真是太厉害了——崇敬之情。

这两种心情一直存在于我的心中。

我现在的工作是企业咨询。这份工作可以让我每天都有机会遇到各种各样的销售人员，通过倾听他们的烦恼，通过与他们交流和沟通，我可以就提高销售业绩所需要具备的精神力量、行动与态度对他们进行必要的指导。

在咨询过程中，在与年轻人的交流过程中，我再次意识到了一些细节。

“这样做的话，客人肯定会更满意。”

“如果不这样处理，原本能卖掉的也卖不出去了。”

大大小小的事情，我无意间做的事情，有意去完成的事情，这些都慢慢浮现在我眼前。

到目前为止，我做过的所有事情中肯定有什么正好是销售必需的根本要素。

回顾我这些年走过的路，我发现：要想成为一名优秀的销售人员，必须要有恰到好处的待客态度，更需要把对客人的感谢之情贯穿始终。这正是我想借这本书传达给大家的一个信息。大家如果能把书中学到的知识真正运用到日常工作中来，那肯定可以看到客人反应的巨大变化。而我，也真心希望大家可以逐渐成长为一名优秀的销售人员。

目 录

第1章 入职后整整7个月，一辆车也没有卖掉。这样的我
却成了全日本卖出宝马车最多的销售冠军，为什么？ / 1

这个月又是只有我一个人销售业绩为零

——苦恼的7个月 / 3

第一次拿到订单时的感激之情，我终生难忘 / 12

不知不觉竟拿到了新人奖 / 16

心中萌生的小小自信 / 21

上门推销售出的林肯车 / 24

加盟宝马——“只是，业绩达不到36辆车就请

另谋高就” / 31

终于拿下了日本第一 / 35

“折断天狗鼻子”的厂长之泪 / 38

走街串巷上门推销的经历成就了如今的我 / 42

第2章 “第一销售”的坚持 / 47

明明是销售同一品牌的车，可为什么销售数字会拉开
差距 / 49

有着云泥之别的第一名和第二名 / 54

“也许一辆车也卖不出去了！”这种恐惧从未在
我脑中消失过 / 58

对客人的感谢之情铭记于心的理由 / 60

举头三尺有神明 / 63

正因为不善言辞，正因为笨拙 / 65

身在暗处的“Mr. X” / 71

24小时全天候 / 75

要做到快人一步 / 77

擅长形象战略的林文子女士 / 79

第3章 客人的惠顾是“最大的喜悦” / 81

所有的客人都是最重要的客人 / 83

抛掉先入为主的观念，用一颗像白纸一样的心去面对 / 85

瞬间发现客人的优点 / 90

什么时候上前跟客人讲话最合适 / 93

从客人无心的一句话中发现客人的需求 / 100

太太，女朋友……留意同行女伴的理由 / 103

把车子最帅的一面呈现给客人 / 107

坚持随时随地都把车子擦得干净、光亮 / 110

请客人试驾可以帮我们读懂客人的想法 / 112

“刺探”客人的成功史 / 116

善于识人的客人 / 118

尽早掌握客人的想法 / 120

以绝佳的状态接待客人 / 123

整个展厅所营造出来的氛围 / 125

胜负取决于到底能多好地回应客人的问题和要求 / 129

自己的销售目标数 = 携带的资料份数 / 131

时时确认公文包里的内容 / 133

穿着简单最好 / 136

不要让客人犹豫不决 / 137

第4章 客人教会我的那些重要的事 / 139

感受、欢乐 / 141

“对你来说，我只是百分之一；可对我来说，
你却是百分之百！” / 145

其他品牌的车出了故障也要全力解决，为的是得到
客人终生的支持 / 148

第5章 销售没有“魔法杖”——给年轻销售人员的忠告 / 151

谁都能成为第一销售！ / 153

去见尽可能多的客人 / 156

没有客人会从情绪消沉的销售人员那里购买商品 / 158

上门推销造就顶尖销售 / 160

接待客人的时候要时刻告诉自己：没有“下次” / 162

客人突然起身离开的原因 / 165

人心难测 / 167

不要错过客人给出的暗示 / 171

关键时刻绝对不能逃避 / 175

“下个月再处理”的想法会导致失败 / 178

杜绝出现“业绩惨淡月” / 180

通过“间接洽谈”的方式进行零负担销售 / 183

绝对不能离手的三册笔记 / 186

电脑画面不会带来瞬间的灵感闪现 / 189

从擦肩而过的客人中挖掘出新的客人 / 192

彻底做好明天的准备工作 / 194

越是卖不掉的时候，越要回归到原点 / 196