

莫莫 / 编著

OUTSTANDING ACHIEVEMENTS COME FROM DESIGNING

销售力

如何成为气场强大、内心淡定的销售翘楚

努力不等于成功，忙碌不等于效率，
好业绩需要高技巧。

本书教你**如何打破陈规**，掌握从**约谈、见面、价格谈判**到**促成交易**等各个环节的一线销售实战技巧。



 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS



如何成为气场强大、内心淡定的销售翘楚



BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

销售力:如何成为气场强大、内心淡定的销售翘楚 / 莫莫编著. —北京:北京理工大学出版社, 2014.1

ISBN 978-7-5640-8425-7

I. ①销… II. ①莫… III. ①销售-方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 244477 号



出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(总编室)
82562903(教材售后服务热线)
68948351(其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京市通州富达印刷厂

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 16

字 数 / 260 千字

版 次 / 2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

定 价 / 29.80 元

责任编辑 / 王俊洁

文案编辑 / 王俊洁

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

专业销售这一概念始于 20 世纪 20 年代，美国销售心理学家斯朗特撰写的《销售心理学》这部著作的问世，奠定了之后长达半个世纪的销售学习课程的基础，而这本书的核心内容也被不断沿袭和发展，衍生出许多专业的销售技巧。

在现实生活中，很多销售员未必读过专业的销售类书籍，未必接受过专业的业务培训，那么要怎样才能做好销售呢？

销售员是否想过这个问题：销售是什么？是“卖”吗？原则上应该如此。但是“卖方”这个角色不是人人都能演好的。要解决这个问题，销售员首先应当明确一点：“卖”不只是一种行为，更是一种思维和策略。

例如，客户想买太阳镜，你就要知道他的基本动机：有的是为了耍酷；有的是怕阳光过强，眯着眼睛容易增加眼角皱纹；有的也许是因为跟男朋友吵了架，哭肿了双眼，不方便出门……

一个太阳镜的售出有着许多原因，每个客户的特殊需求不一，销售成功的原因也不同。不管是造型多酷的太阳镜，如果镜片颜色比较浅或透光，那么就会使原本想要遮光和遮丑的买家望而却步。

要了解销售是什么，或许首先得明白销售不是什么。

销售不是一股脑儿地解说商品，因为你阐述的功能也许与客户的购买动机不符；销售不是与客户辩论、斗嘴，也许你伶牙俐齿、能言善辩，但是客户不是用来“赢”的；销售不是便宜就好卖，你的东西便宜所以卖得好，那不是你的功劳，这应该感谢生产过程中的成本控制；销售当然也不

会是买彩票靠运气，而应该是一个发掘、引导和满足客户需求进而达成交易的过程。

从根本上说，销售可以理解作为一种以解决问题和成交为目的的沟通，以与客户建立合作伙伴关系，实现共赢和共同成长。

而解决问题，需要先了解问题；与客户沟通，需要考虑对方的需求、性格、地位等多方面的因素；与客户建立伙伴关系，需要你学会驾驭人心、赢得人脉。

这些都需要你能读心、善攻心！

本书通过剖析一系列的概念、步骤、技巧和案例，对现代销售体系有全面的认知和掌握，以此来为销售员提供实际销售中的指导和帮助。这包括做最充分的销售准备和目标设定、成功开场和赢得客户的信任、获取客户的关键信息、发现客户的购买动机等。通过对每个环节的指导建议，让每位销售员做好自己的本职工作。

目录



第一章

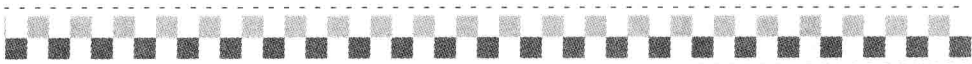
吸引力法则：让客户悦纳自己 / 001

- 像延参法师那样淡定 / 002
- 怎么能让客户放宽心 / 004
- 不做“欺世盗名”之徒 / 006
- 你的微笑价值百万 / 008
- 卖的就是层次与品位 / 010
- 打造你的人格吸引力 / 012
- 卖服务，别卖产品 / 015
- 打好信任这场攻坚战 / 017
- 强买强卖等于下逐客令 / 020
- “和客户穿一条裤子” / 022
- 通过价值置换激发客户的购买欲 / 024
- 做个有正能量的人 / 027
- 别打一枪换一个地方 / 029
- 财神就是用来供的 / 031
- 心理测试：你具备哪种吸引人的魅力？ / 033

第二章

客户读心术：了解客户的购买心理 / 037

- 虚荣心：谁都爱听漂亮话 / 038
- 占便宜心理：人人都想捞实惠 / 040
- 防卫心：客户都害怕受骗 / 042
- 以自我为中心：只关心自己想要的 / 044
- 主观意识：只选择我爱的 / 046
- 猜忌心：更相信不情愿的卖主 / 049
- 从众心理：多数总是安全的 / 052



- 挑剔：嫌货才是买货人 / 054
- 好奇心：购买一种新奇的体验 / 057
- 物以稀为贵：害怕买不到的心理 / 059
- 逆反心：你不卖我偏要买 / 061
- 参与心理：爱我所选择的 / 064
- 高期望：买的不只是商品 / 067
- 心理测试：你有察言观色的本领吗？ / 070

第三章

情感暗示术：先交朋友后做销售 / 073

- 你在为谁服务 / 074
- 先把客户变成“自己人” / 077
- 别跟客户玩阴的 / 079
- 抓住共鸣才能“来电” / 082
- 为客户保留面子 / 083
- 提高客户的心理满足 / 086
- 别吝啬友爱的行动 / 088
- 好关系是“捧”出来的 / 091
- 与客户建立统一战线 / 093
- 退一小步，才能进一大步 / 095
- 别当毫无准备的不速之客 / 097
- 换一个角度的哲学 / 100
- 买卖不成人情“债” / 103
- 让客户满意地离去 / 105
- 心理测试：你善于与人交谈吗？ / 107

第四章

销售博弈术：巧设成交的心理陷阱 / 109

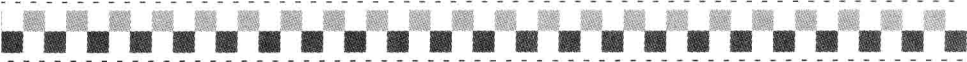
- 王婆卖瓜，只卖不夸 / 110
- 主动比客户矮一头 / 113

- 学会制造紧迫感 / 115
- 免费的午餐富豪也想要 / 118
- 搭个戏台唱双簧 / 120
- 攀比心上能做大文章 / 122
- 吃不到嘴的菜最香 / 124
- 领养背后的“猫儿腻” / 126
- 制造一个假想敌 / 127
- 纪念品为你打广告 / 130
- 小服务的大效用 / 132
- 把产品变成客户需要的 / 134
- 为产品找个垫底的“托儿” / 136
- 玩个欲擒故纵的游戏 / 138
- 启动你的价格吸引力 / 140
- 心理测试：你的竞争力如何？ / 143

第五章

人脉营销术：有人的地方就有江湖 / 145

- 销售就是要搞定人 / 146
- 让客户透支你的人情 / 149
- 好兔子先吃“窝边草” / 152
- 寻找值得信赖的中间人 / 154
- 销售中的“枕边人效应” / 155
- 大树底下好乘凉 / 157
- 找个名人装门面 / 160
- 巧妙利用“第三者” / 163
- 找准与客户的谈资 / 165
- 金杯银杯，不如口碑 / 168
- 面对一家子的销售术 / 171
- 搭建一条信任的锁链 / 174
- 心理测试：你的社交能力如何？ / 176



第六章

价格攻坚战：攻守兼备的谈判技巧 / 179

摆平客户的第一次开价 / 180

个性报价：看人下菜碟 / 183

细分利益的报价法 / 185

提一个夸张的要求 / 189

思想工作这么做 / 191

每个让步都要有价值 / 194

给“讲价狂”一记闷棍 / 197

让客户爱屋及乌 / 199

一味地退让绝不是办法 / 201

布个局让愿者上钩 / 203

运用补偿法调节客户的心理平衡 / 205

把羊毛还给羊一点 / 207

降价也不能跌份儿 / 209

给他充分的购买理由 / 212

心理测试：你是谈判高手吗？ / 215

第七章

客户攻心术：真正的销售始于售后 / 219

一份特殊的礼物 / 220

关键在于改变观念 / 222

“灭火”的关键在迅速 / 225

分步骤摆平投诉 / 227

让失误变成机会 / 229

主动道歉也是一种谋略 / 233

你只需要付出耳朵 / 235

必要时学会兜圈子 / 238

这样应对无理要求 / 241

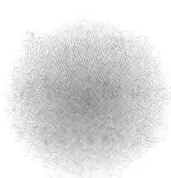
心理测试：看看你的情商指数 / 243



有一种我们看不见的能量，一直引导着整个宇宙规律性的运转，引导着宇宙中的每一样事物，也引导着我们的生活，这种能量就是吸引力。只有增强自身的吸引力，销售员才能为客户带来全新的购买体验。

吸引力法则： 让客户悦纳自己

第一章





像延参法师那样淡定

随着峨眉山一段视频点击量的攀升，延参法师红极一时，在大红大紫之时，延参法师淡定从容地展示自己，上节目、出书，在声名鹊起的背后，也透露出这位“营销”达人的淡定与从容，那份不脱俗的平常心，让他在红尘俗世中来去自如。

做销售需要有一颗平常心，这也是给予客户最起码的尊重，把自己的目的贯穿于平常心中去执行，这样不管成功与否，都会有一个平和的心境，情绪不会大起大落。

一天，销售员小F去拜访作家刘女士，希望她能订阅一份《体育周报》。小F把那份报纸拿到刘女士面前，并暗示了她该如何回答他这个问题：“我觉得您是不会为了帮助我而订阅《体育周报》的，是吗？”“当然。”刘女士一口拒绝了。因为小F的话中没有热忱做后盾，他的脸上“写满”了沮丧的神情。

几个星期之后，另外一位销售员小李也来拜访刘女士。她一共要销售6种报刊，其中一种就是《体育周报》。但小李的销售方法和小F的大不相同。她看了看刘女士的书桌，桌上摆了几本杂志。然后，她忍不住说：“我看得出来，您十分喜爱阅读书籍和各种报刊。”小李用短短

的一句话，再加上一个愉快的笑容，成功地引导了刘女士的意识，使刘女士准备好去听她说什么。小李怀中抱了一大堆报刊，刘女士本以为小李会把它们摊开，并开始催促自己订阅，但令刘女士没想到的是，小李并没有这样做。小李走到刘女士的书架前，从书架上拿出一本爱默生的论文集。在接下来的10分钟里，她不停地谈论爱默生那篇《论报酬》的文章。两人聊得津津有味，刘女士不再去注意小李带来的那些报刊，不知不觉中，刘女士给了小李许多爱默生作品的新观念，使小李获得了宝贵的资料。

最后，小李问刘女士定期收到的报刊有哪几种。

刘女士向她说明之后，小李的脸上露出了微笑，把自己带来的那些报刊展开，摊放在刘女士面前的书桌上。小李为刘女士一一分析这些报刊，并且说明刘女士为什么应该每种都要订阅一份。

刘女士却并没有像小李想象的那般反应热烈，于是她向刘女士提出了温和的暗示：“像您这么有地位的人物，一定要消息灵通、知识渊博。”

小李的话确实很有道理，既是恭维，又是一种温和的提醒。

接着，刘女士问她订阅这6种报刊共需要多少钱。她很巧妙地回答：“多少钱呀，整个数目还比不上您手中拿的那张稿纸的稿费呢！”

就这样，小李离开时带走了刘女士订阅的6种报刊的订单，并且后来还招揽了刘女士的5位职员订阅了自己的报刊。

销售员如果在与客户的交往过程中拥有一颗平常心，就不会急于求成，这样的销售员总是具有事半功倍的优势。平常心的建立，就是通过某种方法让客户信赖你、喜欢你、接受你。当客户对你产生信赖的时候，自然会比较容易接受和喜欢你的产品。

怎么能让客户放宽心

从事销售工作时，时常会碰到客户举棋不定、犹犹豫豫的情况，这时，销售员应该想想客户的疑虑是什么，弄清楚客户的疑虑所在，然后具体问题具体分析，寻找对策，从根本上消除客户的疑虑。

小 A：“李总您好，我是××公司的小 A，我能帮您做点什么吗？”

客户：“像你们这样的公司太多了，我是不是一天都不用干活了，把时间都用来接待你们这样的人？”

小 A：“是的，您说得很对，现在的咨询公司确实很多，这点我不否认。”

客户：“行行，别说别的，你说你们的优势在哪里？”

小 A：“我们公司是 1990 年成立的，它具有 20 年的培训历程，我们的优势就是资源。”

客户：“你们公司的讲师结构是什么样的？”

小 A：“我们的讲师都是具有一定专业知识的，他们有一部分是签约讲师，另一部分是我们自己的讲师。”

客户：“比如专业培训这一块，我们有自己固定的供应商，就凭你提供的一些资料，我们是很难了解你们公司的实力的。”

小 A：“对，您说得没错，第一，培训市场确实是鱼龙混杂，单凭我和您见一次面，这不能说明我们公司到底有多少实力，当然如果我现在再怎么对您说我们公司的优势，您依旧会觉得我是在自吹自擂，所以，之后我会把我们公司培训过的公司的资料发给您看，包括对这些公司培训的负责人的电话、课程以及培训结果等，看了之后您就清楚了；第二，您还可以把一些比较偏的课程，比如您觉得难以整合的课程给我，这正是考察我们公司实力的机会；第三，只要您给我一个证明的机会，不管能否合作成功，我们都会认真地把您的课程设计做好，把讲师

准备好……我只希望我们给您提供的课程能为您的工作带来方便和帮助，这也是我最大的期望。”

客户：“那行，我觉得你说得挺实在的，虽然现在被你说服了，但我还是要先对你们公司的实力进行考察。”

小A：“那是当然，我们热烈欢迎，稍后我会马上给您发有关的资料，今天与您沟通得很愉快，同时感谢您在百忙之中给予我10分钟的时间，谢谢您！”

销售的第一步是与客户进行销售沟通，而沟通的第一步则是帮助客户打消心中的疑虑、戒备和误解。无论客户疑虑的问题是来自于销售员本身，还是其所销售的产品，抑或是企业的信誉度等，销售员都有义务和责任为客户解决这些问题，而不应该轻易放弃，更不应该对客户产生抱怨。

作为一个销售员，在你与客户洽谈时，如果客户出现犹犹豫豫的情况，你就应该进行自我反思，想想自己是不是在向客户介绍产品的时候出了问题，向客户介绍的是不是很清楚。销售员必须清楚客户的疑虑是什么。

一般来说，客户的疑虑主要集中在质量、售后服务、交付能力等为数不多的几个方面，了解了这些方面，你在销售时就可以做到游刃有余。例如，对于大额的销售项目，可以提供分期付款服务；对某项技术有疑虑的，可以请专家进行讲解，也可以请专业研究机构进行鉴定等。

对想要成功的销售员来说，千万不能对客户隐瞒产品的缺陷。做过销售的人都知道，并不是每个客户都对你介绍的产品一无所知，如果你的产品确实存在很多缺陷，而你却一味地在那里吹嘘产品是多么完美，顾客不但会知道你的产品有问题，还会觉得你这个人也有问题，这样他们就不会与你合作了。

不做“欺世盗名”之徒

诚信对一个国家、一个民族至关重要；一个社会只有讲信用，才能够形成一个良好的社会“信任结构”，而这个信任结构是一个社会正常运转的重要基础。人们之间没有相互享有的普遍信任，社会将会瓦解。现代生活是建立在对他人信任的基础上的，可以说，没有一个社会不强调与褒奖诚信道德的。

一个顶尖的销售员需要具备良好的态度、一流的技能和丰富的知识，也就是我们所说的ASK。然而除了这些影响销售的因素之外，到底是什么促使客户与你成交的呢？

有人说，自己能帮助客户解决问题！没错，如果你提供的产品或服务没有办法帮助客户解决问题，你还把产品销售给客户，那就是诈骗行为，所以，帮助客户解决问题是销售最基本的行为底线和道德底线。然而你能帮助客户解决问题，你的对手也能帮助他解决问题，所以，帮助客户解决问题并不足以成为成交的理由。

很多初入营销行列的人都会有这样的感叹：我们的产品不好卖，根本卖不出去，人家都不愿意答理我们。真的是别人不愿意理睬你吗？还是你根本就没有让别人乐于接受你的资格。你要清楚地知道，每一件产品的“出世”都有它的市场和需要人群，只是你没有找对方向。

营销为的是什么？是为消费者谋福利、为企业谋利润、为社会谋发展，为家庭谋幸福。否则，营销就是强销，就是忽悠，就是欺骗。以此为标准，审视时下的营销闹剧，就会发现大多数都是对人性的亵渎、对社会的伤害。营销，如果不能为人类的体验和尊严带来实实在在的价值，就只能是欺世盗名，这样的营销走不远。

小池先生是日本的一个企业家，他出生在一个贫穷的家庭。20岁的时候，小池在一家机械公司做销售员。有一段时间，小池的工作特别

顺利，他销售机械很成功，只用了半个月的时间就与 25 位客户签订了合同。

有一天，小池突然发现自己销售的这种机械要比别家公司生产的同性能机械价格贵。

于是小池想：“如果让我的客户知道了价格的事情，他们也许会以为我在欺骗他们，甚至还可能对我的人品产生怀疑。”为此深感不安的小池立刻带着以前的合约书和订单，逐家去拜访客户，如实地向他们说明了情况，并请他们重新考虑是否还愿意与自己合作。

这样的举动使客户备受感动，顾客都认为小池是一个值得信赖而且诚实的销售员。最后的结果是，之前的 25 位客户不但无人解约，反而又替小池介绍了更多的新客户。

其实，销售的根本就是在销售你自己。所谓的销售你自己，就是让顾客信任你，并愿意接受你，最终的目的就是让顾客对你有好感，乐于和你沟通。一旦顾客对你产生了信赖，那么他就乐于接受你的产品。作为一个合格的销售员，首先要把自己销售给顾客，顾客乐意与你接触，愿意听你的介绍，他们才会为你提供一个销售产品的机会。

顾客之所以会选择购买某种产品，尤其是选择知名度很高的牌子的商品，并不是因为他们对产品的质量先有概念才决定购买的，而是因为他们对这个产品的销售员产生了充分的信赖。所以，你要做一个讲诚信的销售员。你必须在不妨碍销售工作的前提下，不对顾客做出过多的承诺，同时还要考虑你的承诺是否符合公司当时的营销策略，切忌开空头支票。一旦你许下诺言，就要不折不扣地去兑现它。如果为了赢得交易的成功而随便许诺，之后又无法兑现，其结果必定是失去顾客的信赖。

一个成功的人总是有着不同于他人的魅力，如果客户对你销售的产品有一种信赖的感觉，那么成功就属于你了。打广告、宣传、售后服务都可能是你的机会，也是博得客户信赖的途径，但一切基础都来源于销售员内心的诚实与对待工作积极的态度。你要时刻站在客户的立场设身处地地为他们着想，这样，你良好的信誉不但会为你留住原有的客户，还能为你带来更多的客源。

你的微笑价值百万

在销售中，顶尖的销售员会用自己的快乐与热情激发客户的兴趣，以此点燃客户的购买热情。沃尔玛有一个经营绝招，那就是要求自己的员工将“三米微笑”根深蒂固地植入每一个细胞。沃尔玛能够成为全球最大的零售商，这看似简单的微笑功不可没。

在销售中，微笑是一种很常见的销售技巧。从心理学角度分析，微笑能给客户送去春天般的温暖，能对客户产生积极的心理效应。能以微笑面对客户的销售员总能取得较好的销售业绩。

销售大王原一平在初入销售界时处境不好，而且他也毫无优势可言。原一平并没有自怨自艾，而是用微笑面对生活，因为他始终坚信，生命的天空总会有晴朗的一天。

原一平为了能够使自己的微笑让别人看起来自然、真诚，他曾经专门做过练习。他假设各种场合与心理，面对着镜子，开始练习应对各种情形时的面部表情。

经过一段时间的刻苦练习，原一平发现嘴唇的闭与合、眉毛的上扬与下垂、皱纹的伸与缩，都表达出不同的含义，甚至双手的起落与两腿的进退，也会影响“笑”的效果。

有一段时间，原一平因为在路上练习大笑，而被路人误以为是神经病，也由于练习得太入迷，半夜常在梦中笑醒。历经苦练之后，原一平终于可以用微笑表现出不同的情感反应，也可以用自己的微笑让客户露出笑容。

后来，原一平把“笑”分为38种，针对不同的客户展现不同的笑容，并且深深体会出，世界上最美的笑就是从内心深处表现出来的真诚的笑容，它散发出的诱人的魅力令人如沐春风，无法抗拒。

一次，原一平前去拜访一位客户。之前，他也通过其他渠道了解到