



超实用的销售技能，找到客户就这么简单！

开发客户 的N个细节

优秀销售技能培训必备

销售最关键的一步就是能否找到需要你产品或服务的人

唐运富◎编著

KAIFA KEHU
DE N GE XIJIE

开发客户更需要销售员的智慧和行动。如果销售员能够将各种销售技巧与方法熟记于心，并懂得灵活运用，成功将会变得很轻松！

经典热销
读本

中国纺织出版社



超实用的销售技能，找到客户就这么简单！

开发客户 的N个细节

KAIFA KEHU
DE N GE XIJIE



优秀销售技能培训必备



唐运富◎编著



 中国纺织出版社

内 容 提 要

成功销售的能力，直接关系到你的客户质量。因此，销售最关键的一步就是能否找到需要你产品或服务的人。然而，并不是每个销售员都能准确找到需要自己产品和服务的人。

本书以开发人脉资源为前提，介绍了开发客户的 N 个细节，包括收集客户信息、接近客户、促销、广告、公关、沟通和运用智慧等方面。全书通俗易懂，并配有实战案例。我们相信，实用才能适用，适用才有实效。

图书在版编目 (CIP) 数据

开发客户的 N 个细节/唐运富编著. —北京: 中国纺织出版社, 2012. 5

ISBN 978 - 7 - 5064 - 8174 - 8

I. ①开… II. ①唐… III. ①企业管理: 销售管理—通俗读物 IV. ①F274 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 261220 号

策划编辑: 曲小月 江 飞 责任编辑: 范雨昕 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

北京玥实印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2012 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 710 × 1000 1/16 印张: 17

字数: 234 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

F O R E W O R D 前言

销售行业是世界上最具挑战性的行业之一，同时也是回报最丰厚的行业之一。这一行业曾经造就了许多富翁。但真正的销售，不纯粹是为了卖出产品而销售，而是为了创造客户、开发客户。客户是销售人员所有利润的直接来源，对客户的开发和服务贯穿在销售的全过程中，没有客户的销售员是无法生存下去的。开发客户、服务客户、留住客户、让老客户带来更多的客户，是一个完美的良性循环，也是销售员最想看到的结果，但如何才能做到这一点呢。

销售的最高境界是与客户建立起真诚的友谊，打造“终身客户”。销售人员在同客户打交道时，如何在感情上与客户建立起如朋友般的友好关系，而在实际工作中又依然能够根据自己的职责、特长、能力来接近客户、找准客户需求、化解客户异议、促成交易，并将客户当成一辈子的好朋友来服务，从而成为客户眼中的“红人”，形成名利双收的多赢局面。

对于销售人员来说，人脉就是钱脉。销售就是一个不断创建人脉网的过程，只有大量地结识人，销售人员才可能获得更多成功的机会。本书以市场调查为开发客户的前提，介绍了开发客户常用的渠道。书中运用典型的事例和通俗的语言，向读者详细介绍如何拓展自己的人脉网，广交朋友，做好、做深每位客户，扩大自己的个人影响，建立良好的个人口碑，让客户免费帮你销售等一系列的技巧和方法，帮助读者在销售工作中更好地与人交往，做好销售。

本书中没有枯燥、深奥的理论，主要以一些成功人士的经验为框架，以他

们的亲身经历和故事为主要内容，书中既有“世界上最伟大的推销员”乔·吉拉德、日本“销售之神”原一平、“东方销售女神”柴田和子、“世界上最伟大的销售大师”汤姆·霍普金斯等大师们的经验和经历，也有普通人成功销售的故事。他们在从事推销中所具备的心态、修养、品质、习惯、方法、技巧等给广大的销售员提供了很好的参考范本，为广大销售员提升个人的修养和素质，改进销售的习惯和方法，提供了极为宝贵的指导和帮助，从而迅速提升推销能力和业绩，更好地完善和成就自我。

将这本书献给那些正在奋斗中的人们，它既能给刚入行的销售员雪中送炭，也能为已取得成功的销售员锦上添花，能真正伴随他们的成长。字里行间叙述的虽是诸多经验与技巧，流淌的却是殷殷期待，盼望着这些浅显的字句能够带去希望的火种，点燃生命之焰。

一句良言可使人终身受益，一本好书可改变人的命运。衷心地希望有志于销售事业，正从事销售事业的朋友能够从本书中得到一些启发和帮助。

编著者

2012年1月

C O N T E N T S 目 录

第1章 开发潜在的人脉资源

为何很多销售员不知道生意就在身边？为何有些销售员不知道生意就在老客户那里？为何很多销售员找不到客户的聚集地？为何很多销售员不知道客户就在于多要求一句话？如何学会利用高科技来开发自己的客户资源？如何利用资源整合来开发客户？以下细节将逐一为你解答！

- ◎处处留心皆生意2
- ◎不怕拒绝，勇敢出击4
- ◎第一印象，30秒内完全记住7
- ◎获得陌生人的好感有妙法 10
- ◎着装其实很重要 13
- ◎熟人介绍：扩展你的人脉链条 14



◎参与社团：走出自我封闭的小圈子	18
◎利用网络：廉价的人脉通道	22
◎接近人脉就等于接近前途	24
◎参加培训：志同道合的平台	27
◎参加行业展览会	28
◎利用好公司资源	29
◎用微笑和诚意化解危机	31
◎与他人共享人脉资源	32
◎积累人脉就是积累财富	33

第2章 卓有成效的“营销圣训”

成功销售的能力，直接关系到你的客户质量。因此，销售最关键的一步就是要准确找到需要你产品或服务的人。以下数条“营销圣训”是进行成功销售和开发客户细节中的细节，实践证明它们是行之有效的。

◎尽可能多地打电话	36
◎电话接近客户的技巧	37
◎小礼物大收益	39
◎介绍产品要专业	41
◎做足拜访前的准备工作	42

◎ 记住客户的名字	45
◎ 每个人都是客户	46
◎ 不要忽略身边的生意	47
◎ 人性化的销售	48
◎ 别忽略身边的朋友	50
◎ 客户的资料必须整理得井井有条	51
◎ 拜访前的三项准备	52
◎ 不要急于求成	56

第3章 信息，让客户浮出水面

俗话说得好，卖什么就吆喝什么，也就是说一个行业的人员，首先你要具备一定的基础知识，包括行业的状况、本行业区域市场的情况以及市场容量，经销商、分销商、零售商与消费者等各环节对本行业的影响和需求，不掌握这些基本情况则无疑是无的放矢！

◎ 注重市场调查	58
◎ 细分目标市场，寻找空白	61
◎ 如何开发潜在客户	63
◎ 获取潜在客户的几种渠道	67
◎ 利用潜在客户的人际关系拿订单	73
◎ 建构一份潜在客户名单	74
◎ 熟悉客户的资料	79



◎ 了解客户的购买心理	82
◎ 挖掘客户的潜在需求	84
◎ 做好实地调查	87
◎ 为产品准确“占位”	90

第4章 接近，打破客户的心理防线

常言道：第一印象很重要。在开发客户的过程中也一样，销售人员为了完成一次客户开发，为了邀请客户参加产品推荐会，为了能够签订合同，不仅要善于从各种渠道发掘有价值的客户名录，还应该懂得接近客户的技巧。

◎ 如何使用接近语言	94
◎ 结交陌生客户	97
◎ 接近客户的几种有效途径	98
◎ 约见客户的方法	105
◎ 闲聊拉近距离	108
◎ 利有请教法接近客户	110
◎ 随便拜访	111
◎ 做一个受欢迎的销售员	112
◎ 让客户向你微笑	115
◎ 赢得客户的好感	116



◎恰当地运用肢体语言	118
◎会见关键人士的技巧	120

第5章 促销，开发客户的“倚天剑”

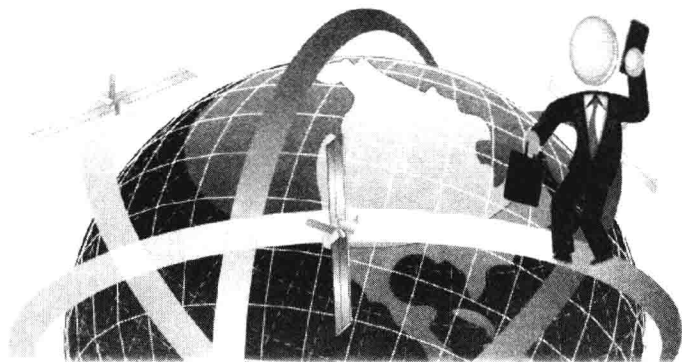
促销是营销组合的四大要素之一，是企业营销策略的重要组成部分，也是企业参与竞争、贯彻各项战略意图的利器之一。企业需要促销，重视促销，促销是企业开拓客户的“倚天剑”。

◎靠信誉叩开客户的“心门”	124
◎多品牌促销	125
◎利用节日促销	127
◎抓住重大事件巧行销	129
◎货卖一张皮	131
◎以免费试用打开销路	133
◎积点优待强势促销	136
◎文化促销别具一格	137
◎巧用人情促销	139

第6章 广告，激活客户市场的驱动

兵法云“兵马未动，粮草先行”，运用在竞争激烈的商战中，就是“产品未动，广告先行”。广告是企业宣传和开发客户的重要手段，它对于驱动市场有立竿见影的效果。

◎正确使用广告	142
◎小广告大形象	145
◎巧用名人效应	148
◎公开演示是活广告	150
◎“0”在销售中的妙用	152
◎借花献佛	154
◎打破常规意味深长	156
◎张扬人性抢占市场	158
◎以“揭己之短”赢得客户	160
◎别出心裁客源不断	161
◎引发怀旧激发共鸣	163

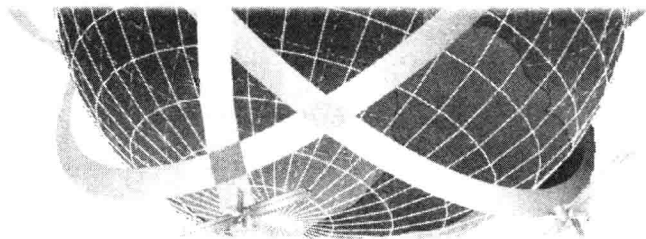




第7章 公关，客户开发中的催化剂

公关能使商品由“养在深闺人未识”变成“天下谁人不识君”。公共关系以塑造良好的形象为工作目标，以获得经济效益为根本，帮助企业在市场竞争中树立新形象。它以“内求团结，外求发展”的艺术，在企业的经营管理活动中起到了很好的催化剂作用，促进了企业的生存和壮大。

◎ 利用庆典制造新闻	166
◎ 以开放参观赢得客户	168
◎ 收集信息把握顾客的脉搏	169
◎ 巧借赞助赢美名	172
◎ 巧办儿童公益活动	176
◎ 巧借爱心打开销路	177
◎ 港湾花园促销秘诀	179
◎ 攻心为上别出心裁	181
◎ 如何建立人脉网	183
◎ 创意公关收益佳	185



第8章 沟通，和客户搭起信任之桥

人的性格千差万别，与不同的人接触需要不同的方法！如何快速建立信任关系？如何迅速建立亲和关系？如何说话让对方喜欢？如何掌控情绪让对方无洞可钻？如何从战略上、策略上让对方把你高看，希望同你合作。

◎与各种类型的人进行有效沟通的技巧	190
◎耐心才是最重要的	193
◎不要左右你的客户	195
◎交流要简短	196
◎用声音征服客户	197
◎谈话时应避免干扰	198
◎勇于表达自己的想法与决定	199
◎寻找最合适的时间	200
◎遵守适宜的礼仪	201
◎适时承认自己的过失	203
◎做个周到的主人	204
◎询问对方的意见	205
◎不要仓促地做决定	206
◎说“不”的技巧	208
◎与初次见面的人如何寒暄	209
◎谈话时以客户为中心	210
◎营造轻松的谈话氛围	212

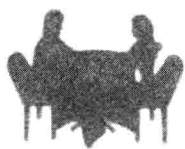
◎ 切入主题要得当	213
◎ 以专业知识取得客户的信任	214
◎ 引导客户提出问题	215
◎ 提一些有建设性的方案	217
◎ 学会说善意的谎言	218
◎ 每天交4个朋友	218
◎ 做情绪的主人	220
◎ 引导对方多说话	221
◎ 记录与客户的交流信息	222

第9章 智慧，开发客户的“脑白金”

开发客户不能蛮干，双腿固然能换回订单，但领悟客户的意图似乎更重要。优秀的销售人员，不光应有一个不知疲倦的身体，更要拥有一个充满智慧的大脑。开发客户是需要运用智商的，善于思考的大脑是获取成功的发动机。

◎ 用脑胜过用腿	226
◎ 增长营销智慧	227
◎ 令人叹服的营销智慧	231
◎ 入乡问俗开拓市场	234
◎ 识在人前走在人前	236

◎ 依靠信息找机会	238
◎ 滞销变畅销	239
◎ 诚信引来“远钱”	241
◎ 吃小亏占大便宜	243
◎ 让客户自己定价	244
◎ 不厌其小薄利多销	246
◎ 负荆请罪客似云来	248
◎ 抛“砖”引“玉”	250
◎ 销售失败的10大原因	252
 ◎ 参考文献	 257



第 1 章

开发潜在的人脉资源

为何很多销售员不知道生意就在身边？为何有些销售员不知道生意就在老客户那里？为何很多销售员找不到客户的聚集地？为何很多销售员不知道客户就在于多要求一句话？如何学会利用高科技来开发自己的客户资源？如何利用资源整合来开发客户？以下细节将逐一为你解答！

◎处处留心皆生意

销售人员要有一双“生意眼”，也就是我们常说的“处处留心皆商机”。要能从司空见惯的现象中发现商机，这也是销售高手的与众不同之处。

一次，一位销售经理陪同业务员王小姐去一家首饰店谈业务。王小姐原来一直都在这家首饰店买贵重首饰，出发前，她充满信心地认为首饰店老板一定会向她购买保险。当王小姐将商品向首饰店老板介绍完之后，首饰店老板只是微笑地说：“好！没问题，我一定会仔细研究，要买的时候再告诉你。”出乎王小姐意料的是，首饰店老板却没有当场签约。

经理和失望的王小姐走出首饰店后，旁边恰好有一个小小的水果摊，于是经理就请王小姐坐下来吃水果。

“老板娘，你在这边卖水果多久了？”经理一边吃着水果，一边问。

“将近20年了。”老板娘说。

“哦！那你一个人忙得过来吗？还是老公去进货了？”经理又问。

“唉！我老公就是因为过去太忙了，现在得了肝癌。”老板娘叹了一口气。

这时候，王小姐拉拉经理的衣角，很小声地说：“经理，她看上去很穷，没钱买吧？”

经理摇摇头，示意王小姐别出声，继续与老板娘闲聊，聊着聊着，就聊到了保险上面。

此时，老板娘说：“从来都没有人跟我谈过保险啊！”

“那你觉得每个月大概可以存下多少钱来买保险呢？”经理接着老板娘的话问。

“每个月2000元应该没问题吧！”老板娘说。

于是，这位经理立刻拿出资料，向老板娘介绍产品，不到一个小时，老板娘就购买了推荐给她的保险。