

国内销售精英训练专家历时11年实战经验总结
独创出ESL体验式情境学习系统，帮助你成为最权威的人

销售人员必修课



王挺 著

全国30多省市授课 3000多场次
天津卫视《非你莫属》栏目常坐嘉宾



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

销售人员必修课

王 挺 著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

销售人员必修课 / 王挺著. —北京：电子工业出版社，2013.1

ISBN 978-7-121-19161-9

I. ①销… II. ①王… III. ①销售学—通俗读物 IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 293407 号

策划编辑：胡 南

责任编辑：周宏敏 文字编辑：施易含

印 刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装 订：三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：787×1092 1/16 印张：17 字数：268 千字

印 次：2013 年 1 月第 1 次印刷

定 价：36.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：(010) 88258888。

引言

很多人问我，销售难吗？我不置可否，因为真正懂销售的人不会问我这个问题；而能够把销售做好的人也不会问这个问题，因为他认为这个问题没有意义。销售的技巧有无数，理论也很多，但是做得好的好像不完全靠此，我始终认为能将销售真正做好的人还是有天赋的，即使训练能带来改善，但是在遭遇巨大挑战和承受重压时，还是能够马上区分谁才是真正的王者。

这个天赋是什么呢？与你分享下面的预言，希望你能领悟并能够得道。

蛹看着美丽的蝴蝶在花丛中飞舞，非常羡慕，就问：“我能不能像你一样在阳光下自由地飞翔？”

蝴蝶告诉它：“第一，你必须渴望飞翔；第二，你必须有脱离你那非常安全、非常温暖的巢穴的勇气。”

蛹就问蝶：“这不是就意味着死亡？”

蝶告诉他：“从蛹的生命意义上说，你已经死亡了；从蝴蝶的生命意义上说，你又获得了新生。”

当你决定迈入销售这个职业的时刻，永远记得，销售是一面镜子，无论是高是矮，是胖是瘦，都会尽显其中。可以照到你内心的强大，也有可能照出你心底的怯懦。

问题的重点是：你希望选择的是蔚蓝的天空还是保守的囚牢？这个问题需要你一辈子去回答，回答的方式是：毕生的行动！

我要用全身心的爱来迎接今天

(此段摘自《羊皮卷》)

我要用全身心的爱来迎接今天。

因为，这是一切成功的最大秘密。强力能够劈开一块盾牌，甚至毁灭生命，但是只有爱才具有无与伦比的力量，使人们敞开心扉。在掌握了爱的艺术之前，我只算商场上的无名小卒。我要让爱成为我最大的武器，没有人能抵挡它的威力。

我的理论，他们也许反对；我的言谈，他们也许怀疑；我的穿着，他们也许不赞成；我的长相，他们也许不喜欢；甚至我廉价出售的商品都可能使他们将信将疑，然而我的爱心定能温暖他们，就像太阳的光芒能融化冰冷的冻土。

我要用全身心的爱来迎接今天。我该怎样做呢？从今往后，我对一切都要满怀爱心，这样才能获得新生。我爱太阳，它温暖我的身体；我爱雨水，它洗净我的灵魂；我爱光明，它为我指引道路；我也爱黑夜，它让我看到星辰。我迎接快乐，它使我心胸开阔；我忍受悲伤，它升华我的灵魂；我接受报酬，因为我为此付出汗水；我不怕困难，因为它们给我挑战。

我要用全身心的爱来迎接今天。我该怎样说呢？我赞美敌人，敌人于是成为朋友；我鼓励朋友，朋友于是成为手足。我要常想理由赞美别人，绝不搬弄是非，道人长短。想要批评人时，咬住舌头，想要赞美人时，高声表达。飞鸟，清风，海浪，自然界的万物不都在用美妙动听的歌声赞美造物主吗？我也要用同样的歌声赞美她的儿女。从今往后，我要记住这个秘密。它将改变我的生活。

我要用全身心的爱来迎接今天。我该怎样行动呢？我要爱每个人的言谈举止，因为人人都有值得钦佩的性格，虽然有时不易察觉。我要用爱摧毁困住人们心灵的高墙，那充满怀疑与仇恨的围墙。我要铺一座通向人们心灵的桥梁。我爱雄心勃勃的人，他们给我灵感。我爱失败的人，他们给我教训。我爱王侯将相，因为他们也是凡人。我爱谦恭之人，因为他们非凡。我爱富人，因为他们孤独。我爱穷人，因为穷人太多了。我爱少年，因为他们真诚。我爱长者，因为他们有智慧。我爱美丽的人，因为他们眼中流露着凄迷。我爱丑陋的人，因为他们有颗宁静的心。

我要用全身心的爱来迎接今天。我该怎样回应他人的行为呢？用爱心。爱是我打开人们心扉的钥匙，也是我抵挡仇恨之箭与愤怒之矛的盾牌。爱使挫折变得如春雨般温和，它是我商场上的护身符：孤独时，给我支持；绝望时，使我振作；狂喜时，让我平静。这种爱心会一天天加强，越发具有保护力，直到有一天，我可以自然地面对芸芸众生，处之泰然。我要用全身心的爱来迎接今天。我该怎样面对遇到的每一个人呢？只有一种办法，我要在心里默默地为他祝福。这无言的爱会闪现在我的眼神里，流露在我的眉宇间，让我嘴角挂上微笑，在我的声音里响起共鸣。在这无声的爱意里，他的心扉向我敞开了。他不再拒绝我推销的货物。

我要用全身心的爱来迎接今天。最主要的是，我要爱自己。只有这样，我才会认真检查进入我的身体、思想、精神、头脑、灵魂、心怀的一切东西。我决不放纵肉体的需求，我要用清洁与节制来珍惜我的身体。我决不让头脑受到邪恶与绝望的引诱，我要用智慧和知识使之升华。我决不让灵魂陷入自满的状态，我要用沉思和祈祷来滋润它。我决不甘心狭窄，我要与人分享，使它成长，温暖整个世界。

我要用全身心的爱来迎接今天。从今往后，我要爱所有的人。仇恨将从我的血管中流走。我没有时间去恨，只有时间去爱。现在，我迈出成为一个优秀的人的第一步。有了爱，我将成为伟大的推销员，即使才智平凡，也能以爱心获得成功；相反地，如果没有爱，即使博学多识，也终将失败。

我要用全身心的爱来迎接今天。

销售是什么？销售就是三秀，秀自己、秀公司、秀产品。一个优秀的销售既是导演也是演员，在销售的世界里，他融入角色、行云流水。

谨记：

1. 所有的销售，都需要给顾客一个购买的理由；所有的拒绝，都因为你没有给予顾客一个认同你的机会。

2. 从理论上讲，我们可以确信所有的机会都可以成交，唯一不同的是，达成的条件。

如果一定要我把销售员分类的话，我的建议是分为四种：

休闲型——有生意就做，没生意就歇。守株待兔，这类销售直接裁掉。

屁虫型——跟着客户跑，不分真伪、不懂用脑，累死累活，苦劳不少，功劳难找。

睿智型——熟知产品、了解顾客、攻守有序、张弛合适，给予合适推荐，成交满意订单，得到顾客认可。

引领型——了解行业趋势、深谙顾客痛苦、把握沟通节奏、创造更好需求，高利润、高回报订单成交，实现双赢，聚焦长远。深受顾客尊重。

此刻让我们一起探索销售成长之路……

目录

Contents

1

第一章 拒绝背后的原因

内心恐惧 / 2

自我设限 / 6

思维定式 / 14

23

第二章 塑造自我的信心

潜意识的影响 / 26

心灵扳机 / 28

养成一个正向的情绪习惯 / 33

假装的力量 / 35

快速建立信心的方式 / 36

39

第三章 建立良好的心态

建立良好的心态 / 39

49

第四章 展现优美的礼仪

礼仪的概论 / 50

着装和仪容 / 51

言谈举止礼仪 / 59

社交礼仪中的提示 / 63

81

第五章 成功销售的路径

成功销售的路径 / 81

91

第六章 专业销售的流程

行销的七大步骤 / 92

分类四种客群 / 119

销售必备的九大工具 / 131

133

第七章 介绍产品的方法

介绍产品的方法 / 134

塑造价值 / 137

证明的方式 / 143

149

第八章 说服成败的关键

说服成败的关键 / 149

165

第九章 处理抗拒的技巧

拒绝和异议的价值 / 166

探寻和确认的意义 / 186

拒绝和异议（大全）的必杀秘籍 / 198

203

第十章 大客户销售技能

大客户销售作战准备 / 204

大客户销售作战地图 / 211

大客户销售技术 / 218

225

第十一章 赢得销售的总结

客户分三种 / 226

交流三步行 / 229

谈判有计谋 / 230

237

第十二章 基业长青的保障

爱客户 爱企业 / 240

销售自我管理 / 242

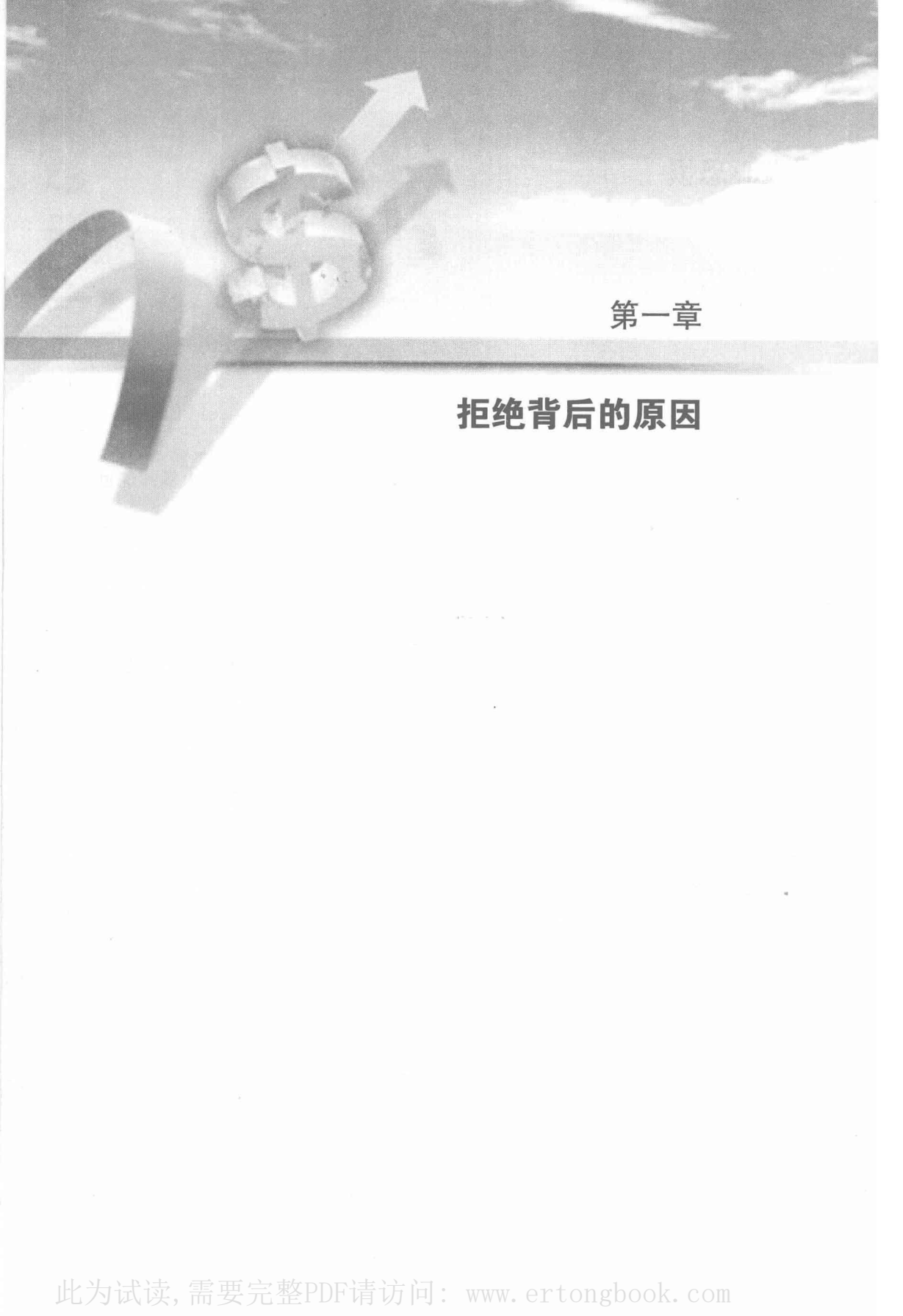
如何进行客户分级 / 248

分级之后怎么办 / 249

升级自己的命运 / 252

假如今天是我生命中的最后一天 / 259

后记 守住一颗心



第一章

拒绝背后的原因

客户：“我自己先看看，有需要我再叫你。”

大多数时候，我们的销售都是这样做的，其实在沟通的第一步就错了，因为一开始在没有创造任何安全的环境，反而直接给予顾客一种购买的压力。除此以外，销售基本接下来还会有错误的应对。

错误应对

- “好的，那你先看看”，然后就去做自己的事情。
- “没关系的，我给你介绍一下吧”。

问题分析

“好的，那你先看看”，然后就去做自己的事情，这是非常不安全的做法，理由很简单，很多时候顾客这样很容易走掉，你应该随时保持对其的关注，寻找合适的时机主动上去交流。

“没关系的，我给你介绍一下吧”，这种精神是值得赞赏的，但是这种死缠烂打的方式也不太安全，因为顾客既然表达了态度，往往越急于求成越会产生反作用。

销售策略以及具体话术

1. 一开始销售员的问题在于没有创造出好的销售环境。
2. 面临变相拒绝的时候首先要做的是尽量能塑造出一次愉快的经历。

遇到说“我先随便看看，有需要时叫你”的顾客，千万不要信以为真，安静地坐在自己的椅子上等着顾客来喊你。非常遗憾地告诉你，60%以上的顾客将永远不会叫你，他们会悄悄离开，正如他们悄悄地来。为什么呢？因为很多顾客之所以不愿意你给他们介绍，除了一部分是性格原因，喜欢自己看看，大部分是因为自己内心也没有完全下定决心购买或者没有很强的购买欲望，他们往往对自己的需求也不是非常明确，所以希望先自己看看。那么具体该怎么办呢？

（1）如果打过招呼后他回答“我先自己看看！”你除了说：“好的，先生，那你先看看，我就在你附近，有需要的话请随时叫我，我叫王佳，这是我的名片！”在你转身离开那一刻，你装做无意地回头说：“对了，刚才忘了，那边××系列是我们今年的最新款！你不妨了解一下！”这样说的好处是什么呢？这是最佳的切入机会，把顾客的内心紧张和恐惧转移到可以引起他的兴趣与关

注的产品。很多时候顾客此时会因为你的推荐而将目光转向到你说的产品面前，这时也是你进行推荐的最佳时机，你可以上前说：“先生，这款就是我才说的我们今年最新的流行款，我给你简单介绍一下吧……”

(2)当然，合适的介绍之后，马上借机离开，给予客户思考和细细了解的空间，你可以说：“噢，先生，不好意思，你看只顾着招呼你看产品了，让我帮你倒杯水，这个天气啊，还真有点干，你请稍等片刻”。等一会儿借送水的机会，你在回来的时候，以非常轻松的口吻问：“怎么样？有看到中意的吗？”如果顾客说：“没有。”那你就顺水推舟地说：“哦，是这样啊，你先喝点水，我们的款式有很多种，不如我给你先简单介绍一下吧？这样可以节省你很多时间。”

其实在接下来的时间里，随着与客户的互动交流，你的成交机会会越来越大，原因只是产品优势吗？我想你一定能悟到，关键是你开启了客户的心门。顾客首先是从你才开始他的购买之旅的。好好想想你怎样可以做得更好。

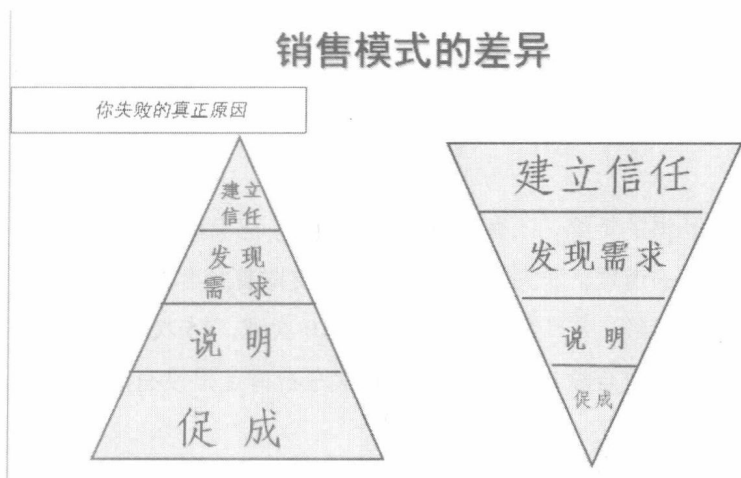
事实上，如果你做行销的时候，也是一样的原理，你常常听到顾客这样的回复：“这件事情不是我能决定的，我要等上面的决定。”你真的以为是上面决定吗？你相信一切都只能等待所谓上级的结果吗？

其实，你的客户一样有恐惧，不敢跟你做太多的信息交流，他害怕承诺，他不想给你太高期望，甚至他都会觉得没必要和你说更多的话。问题在哪里呢？

问题不在客户，在于我们自己，因为我们没有搭建一个消除客户内心恐惧和紧张的沟通桥梁。怎么样去克服呢？很重要的一点就是建立信任。建立信任对于销售来讲是最重要的一步，没有这一步的话，下面所有的工作都将没有办法开展。

过去的很多年我们的销售模式是：10%的时间用于建立信任，20%的时间用于发现需求，30%的时间花在产品说明上，而大约40%的时间用在订单促成上。曾经有做健身卡的销售人员问我：“如果把更多的时间放在订单促成上不是有更多机会并更有价值吗？”我很理解他的想法，因为他相信付出的时间一定要更有价值。而事实则是，如果在前面没有把更多的时间放在建立信任上，

那么你如何才能有机会发现客户的需求，并且如何有的放矢地进行产品说明呢？真正的销售高手在最后阶段也就是订单促成阶段花的时间其实很少，因为如果前面的环节没打通，后面使上的都是蛮力，前面花的时间越少，后面就越艰难花的时间就越多。前后正好是成反比的。参考下图，请记得什么方式才能真正保障结果。所谓事半功倍，后面的结局要靠你前面的铺设。



回到前面说的那句话：世界上没有无缘无故的订单，“缘”代表缘分，而“故”代表原因。当你希望找到一个打动顾客购买的原因之前，请永远记住先创造缘分。有缘才有分嘛！

自我设限

除了处于恐惧的拒绝，还有发自内心的设限。已有的经验和阅历能支撑我们的决定，同样的道理，缺失的经验和阅历也支撑着顾客的拒绝。比如你觉得5秒钟能拍几次手呢？大多数人都这样说：“10次吧，15次吧……”但是如果你把表定好，就这样连续拍，五秒钟，30次左右肯定是没有问题的，不相信你现在可以马上试一下。

在生活中我们常常埋怨喝牛奶的吸管比较软，因为有时插不进盒子的进口，同样我们在家做菜的时候，手中抓上几个土豆时，你会感觉沉甸甸的硬，因此你一定会理所当然地认为，土豆硬、吸管软。同时你也没有理由相信，那么软的吸管能刺穿土豆。而此刻我告诉你，这是非常轻易的事情，你会怎样想呢？怎么可能？但事实上它真的是可能的，因为你没有试过，你也没有见过，所以你总是觉得是不可能的，但真实的情况是，的确可以刺穿。此刻你也可以马上试一下，像手握匕首一样刺向土豆吧，请小心你的手，因为你一直感觉软的吸管会给你带来不可想象的力量。

所以你平常总是觉得不可能的事情，但它真的是有可能的，只是你自我设限，引起自我设限的因素是你的心智模式。以前科学家曾经做过一个测试，把一只跳蚤放在一个玻璃容器里面，一开始跳蚤蹦蹦跳跳，蹦向光明的天空，但每次都被玻璃容器挡回来，整天跳也跳不出去，最终有一天把容器拿掉了，没有了任何阻挡，跳蚤也不跳了，事实上顾客的心理也是一样。当他面临一个他以

前的经验和阅历无法证明的、现在的心智模式也无法接受的事情时，他唯一能做的就是拒绝，源于自我设限的拒绝。

有个有意思的问题：顾客知道自已的需求吗？

你一定会有自己的答案——先想几分钟再回答（别偷看下面的答案）。

这个问题很多时候我们常常遇到，比如有人曾问过你，你到底想找什么样的伴侣，有人说不知道，有人说大概是心好、人好就行，更多的人或许说其实我的要求并不高，差不多就行了。事实上没有人在遇到自己的伴侣之前就能够遇见自己的期望，很多时候自己的期望还会动态地改变，或者这样说，我们没有办法确认我们准确的标准。如同我们去超市一样，本来只需要买五样东西，结果回来时买了十多样，去之前你没有想到你还需要一些其他的，但是当你看到了，收到信息了，你觉得那正是你要的东西。决策的时候你不认为你做错了什么，相反你认为你做了正确的选择。

当年发明汽车的福特有句大家十分熟悉的名言：

“如果我当年去问顾客他们想要什么，他们肯定会告诉我：‘一匹更快的马。’”——福特

当人们想要一匹更快的马的时候，福特为什么造出了一辆汽车？很多时候我们在与顾客沟通的时候迷失在推销的诱惑上，而往往忽略了顾客需求的真相，问问顾客：“为什么要一匹更快的马？”

“因为更快的马跑得更快。”

“为什么要跑得更快？”

“这样我就比以前更快地到达目的地。”

“所以你根本的目的是什么呢？”

“更快地到达目的地，节约路上的时间！”

让我们先忘掉可怜的马吧，产品只是解决达到目标的工具和手段。

所以从本质上说，顾客其实知道自己抽象的需求，但是却不知道自己具象的需求。顾客需要你的指引，问题是：你有过指引吗？或者还是被客户牵着走？事实上世界上最伟大的公司都是能够引领客户需求的公司。苹果手机可没有问过你想买什么样的手机，甚至都没有参考诺基亚的手机发展趋势。因为你不会