

《销售状元》实战培训教材

营销高手业绩倍增培训教材

我们每个人都在渴望着销售成功，因为其实我们无时无刻不在做着销售——销售产品、服务，销售形象、观点和影响……对于专业销售人员来说，商业市场的形态越来越复杂，使得销售的成功正在变得越来越艰难，越来越无法持久。然而，幸运的是，销售的成功总有一些恒久不变的策略、原则和技巧。

培养你的 销售状元

王如强 编著

销售状元是培养出来的。本书从心态、技巧和心理等方面帮助销售人员详细分析推销过程的各个环节，并精心设计了相应的销售妙计，帮助推销员攀上销售的顶峰。让其独步天下！



全国迷你型MBA职业经理双证班

认证系列：职业经理资格认证、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、企业培训师、酒店经理、市场总监、财务总监、营销策划师等认证。

颁发双证：通用高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含2年全套学籍档案）

证书说明：证书全国通用、国际互认、电子注册，是提干、求职、晋级、移民的有效依据

学习期限：3个月（允许工作经验丰富学员提前毕业） 收费标准：全部学费 **1280** 元

咨询电话：**13684609885** 0451-88723232 88342620 电子邮箱：xchy007@163.com

学校网站：www.mh.jy.net 颁证单位：中国经济管理大学 承办单位：美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效

全国Mini-MBA职业经理双证班



精品课程 权威双证 全国招生 请速充电

你可能准备跳槽或者求职, 却为缺少行业经验和专业证书而被用人单位百般挑惕!

你可能目前衣食无忧, 但随着年龄的增长和社会竞争压力的增大, 因为得不到专业的全新培训而失去竞争的机会和面临被淘汰的危机。

美华教育携手中国经济管理大学面向全国举办迷你 MBA 职业经理双证书班, 毕业颁发双证书。

招生专业及其颁发证书

认证项目	颁发双证	学费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《物流经理》MBA 高等教育双证班	高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元



【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课（远程函授+教学电子光盘自修+网络学院持续视频学习）



【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》;
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》;



【证书说明】

1. 证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
2. 毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，证书是学员求职、提干、晋级的有效证明；。



【学习期限】

3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



【收费标准】

全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是职业经理人首选的学习方式。



【招生对象】

- 1、对管理知识感兴趣，具有简单电脑操作能力（有2年以上相应工作经验者可以申请提前毕业）。
- 2、年龄在20—55岁之间的各界管理知识需求者均可报名学习。



【教程特点】

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习（专家、顾问24小时接受在线咨询，第一时间回答学员的提问和咨询）



【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



【承办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育专家、教育协会常务理事徐传有教授担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】13684609885 0451--88723232 88342620

【咨询教师】王海涛 郑毅



【报名须知】

- 1、报名时请直接邮寄4张2寸免冠近照（要求蓝色背景）和一张身份证复印件
- 2、报名登记表格下载后详细填写并发送邮件至 xchy007@163.com 或者传真至0451—88342620
- 3、交费后及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



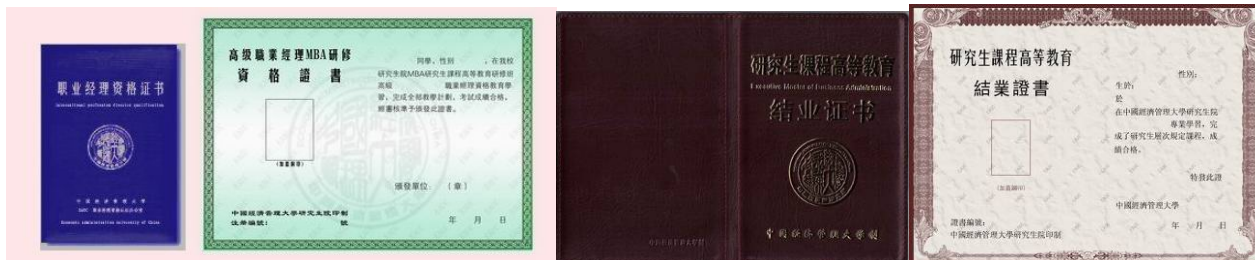
【报名地址】哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室美华教育（ 邮政编码：150020）



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】

方式一	邮局邮寄	邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室 邮政编码：150020
方式二	学校帐号	学校帐号：184080723702015 开户银行：哈尔滨银行龙江支行 企业户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校
方式三	交通银行 (太平洋卡)	帐号：40551220360141505 户名：王海涛 开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心
方式四	邮政储蓄 (存折)	帐号：602610301201201234 户名：王海涛 开户行：哈尔滨道外储蓄中心
方式五	中国工商银行 (存折)	帐号：3500016701101298023 户名：王海涛 开户行：哈尔滨市道外区靖宇支行

可以选择任意一种方式缴纳学费，建议使用第五种方式（中国工商银行，比较方便快捷）收到学费的当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材和考试问卷。



认证系列：高级职业经理资格认证、人力资源总监、营销经理、财务总监、企业培训师、酒店经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、市场总监、营销策划师等学习认证系列。

颁发双证：通用高级经理资格证书 + MBA 高等教育研修结业证书 (含 2 年全套学籍档案)

证书说明：证书全国通用、国际互认、电子注册，是提干、求职、晋级、移民的有效依据

学习期限：3 个月 (允许工作经验丰富学员提前毕业) **收费标准：**全部学费 **1280** 元

咨询电话：13684609885 0451- 88723232 88342620 **邮箱：**xchy007@163.com

学校网站：www.mhjj.net **颁证单位：**中国经济管理大学 **承办单位：**美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效

一个销售员看到别的销售员销售成功时，应想到那个人肯定是遭受很多失败后才成功的。销售员应该知道，成功的路是由无数失败、无数拒绝铺就的，只有看到失败和拒绝的积极方面，才不会气馁。

销售不是蛮干

第一章

顶尖销售员的获胜法宝

第一节销售不是蛮干

一个销售员看到别的销售员销售成功时，应想到那个人肯定是遭受很多失败后才成功的。销售员应该知道，成功的路是由无数失败、无数拒绝铺就的，只有看到失败和拒绝的积极方面，才不会气馁。

无论失败有多么惨重，都应进行反省。如果能做到下不为例，那么这失败的代价就算不上太高。

失败是成功之母。

某销售员曾经失败过多次，他自我反省后找出了失败的原因，并画成一棵“失败之树”，不同的树枝分别代表不同的失败原因，树枝的大小代表失败的主要原因及次要原因。

第一根树枝代表伦理道德观念，也就是说，缺乏伦理道德观念是销售员失败的第一个原因。

第二根树枝代表职业观念，即缺少职业观念是销售员失败的第二个原因。

第三根树枝代表个性，销售员个性上的缺点也会导致失败。

第四根树枝代表心态。

第五根树枝代表知识。

第六根树枝代表人际关系，也就是说，在人际关系方面的摩擦，也将导致销售失败。

第七根树枝与技术有关，很多时候销售员的失败，都是因为技术较差。

一、销售员的基本素质

严格说来，销售不仅是一种技术，更是一门科学。

如果没有这种认识，便会以为只要将商品贩卖出去就行。这样一来，由于对销售的热忱不够，自然影响销售的效果。

1. 持久的激情

马云说过，短暂的激情是不值钱的，只有持久的激情才是赚钱的。对销售人员来说，亦是如此。销售人员被拒绝是最常见的现象，而这个时候保持自己的激情不受影响，坚持下去，这是最基本也是最重要的素质之一。

激情有助于你克服恐惧，有助于你事业成功，赚到更多的钱，享受更健康、更富裕、更快乐的生活！

激情是这个世界上最有价值、也是最富有感染力的一种情感。激情不仅仅是一种外在表现，一旦你获得了激情，它就会占据你的内心。只有你自己充满了激情，你的谈话对象才会容易变得充满激情，即使你表达得不很顺畅，他也能够理解；相反，如果你缺乏激情，你在销售过程中所说的话就会给人“死气沉沉”的感觉，显得毫无生气和新鲜感。

同样，如果我们富有激情，这种激情就会感染其他伙伴，使他们也变得富有激情，最后使得我们的团队无比强大。

那如何使自己充满激情呢？

首先，你要有一个成功的新想法。

然后，不断地进行完善，使之成熟。

最后，你将被激情点燃，再也没有什么可以阻止你了！

因此，若想克服忧虑，快乐销售，销售员一定要牢记这项规则：

充满激情地投入销售！

一个人如果充满激情地从事他自己无限热爱的工作的话，他就一定可以获得成功。

充满激情地投入工作，现在就开始，对自己说“这一切我都能做到”。要让自己充满激情，而且持续拥有激情。在这一点上，爱迪生就是一个很好的例子。这位几乎没有上过学的报童，后来却完全改变了世界。爱迪生几乎每天都在他的实验室辛苦地工作 18 个小时以上，在里面吃饭睡觉，但他一点都不觉得辛苦。“我一生中从未做过一天工作，”他宣称，“我每天都其乐无穷。”怪不得他会成功。

激情是后天形成的还是与生俱来的呢？当然是后天形成的。我要求我的团队每天都充满激情地投入工作，并让它逐渐成为每个人自身的一个基本素质。在我十几年的职业生涯中，我几乎每天早上都让我的团队朗诵一首诗，这已经成为我每天工作的一部分。我发觉这首诗总是令人振奋，在这里献给大家：

鹰的誓言

我是一只雄鹰

在销售的天空中飞翔

困难和挫折想折断我的翅膀

我用意志和信念恢复能力

每天我问自己十遍：

“我行不行？”

每天我大声回答自己二十遍：

“我信，我行，我一定行！”

“我信，我行，我一定行！”

记住这首诗，每天都要朗诵，这首诗可能会帮助你走向成功。

2. 积极的态度

所谓态度，包括精神上的态度和表现在外的态度。

事实上，精神上的态度足以影响人的表现。

一个销售员若是精神愉快，表现在外的情绪必定是明快开朗；相反，要是他精神压抑，则会给人一种阴郁的感觉，懒散被动甚至蛮横不讲理，因此也就会备受指责。

态度积极不代表你必须多说话。不要以为话说得多，就表示你懂得多，也就能销售成功，其实这是个相当大的错误。

当你进行销售活动时，如果对方询问一个你用一句话即可完整回答的问题，而你却花了 15 分钟去解释，如此一来，对方必定不会再轻易开口询问。如果这种情形发生在一位时间相当宝贵的企业家身上，他必定会毫不客气地对你说：“你只要告诉我要点就可以了，我忙得很，没空听你说一堆细节！”

所以多说不见得有用，而只要遵守“一、二、三”的说话方式，也就是“说一分钟，听对方两分钟，再附和三分钟”就行了。

3. 良好的个性

销售员若是怀着自私自利的心态去拓展业绩，他就会一味地笼络客户，虽然一时之间可以提高销售业绩，但这短暂的名利绝对无法持续到永久，终究会有失败的一天。

请你牢记在心：商业领域中，信用永远第一。

以下不良的个性和行为，如缺乏正义感、不守信、不诚实、过度重视金钱、背后批评上司、泄露机密等，都是导致销售失败的原因。

固然家庭、社会背景等是不可能选择的，但是脾气暴躁、情绪不稳定、忧郁、自闭等，绝对不是一个销售员所应有的个性，因为这样的个性容易与客户发生争执。另外，注意力不集中、意志力薄弱、个性孤僻、健忘、过于严肃、缺乏幽默感等，也是销售员成功的障碍。

人的个性受后天的影响极大。

显然没有人生来就是作恶之徒。因此个性的形成完全是个人的责任，必须由自己承担。尽管说“江山易改，本性难移”，但通过自我修养却能克服这些个性中的缺陷。

4. 职业观念

销售员如果缺乏职业观念，也是个相当严重的问题。

他会产生“我怎么会选择销售员这个职业”的疑问，这样的销售员从一开始就已注定要走上失败之路。

在销售行业中，只有具有职业观念的销售员才能成功。

如果缺乏正确的职业观念，在进行工作时，必定没有自己的行事哲学，对于自己的将来也不敢有所憧憬，更无法遵守公司的工作方针，也不懂得爱惜自己的商品，缺乏爱公司的精神，我行我素，根本不会听从同事们的忠告，以致自己没有一个朋友，结果变得不尊重自己、看轻自己。缺乏职业观念是重大的致命伤，这样的人是永远无法成功的。

5. 丰富的专业知识

知识方面不够丰富，也是销售失败的原因之一。

作为一名销售员，必须掌握足够的商品知识、销售技术方面的知识以及对客户的认识。

如果你是名房屋销售员，你就必须抱有成为一流建筑师的心态；如果你是名汽车销售员，就应该成为一流的汽车保养修理员；如果你是名服装销售员，你就必须对最近时装的流行式样了如指掌。

总而言之，身为一名销售员，对于有关销售商品的知识，都应该积极涉猎。

现在的客户对各种商品都有着丰富的认知，当客户面对一个商品知识不扎实的销售员时，三言两语就可将他打发掉。

由此看来，作为一名销售员，具备足够的商品知识是非常重要的。

6. 和谐的人际关系

销售员必须“乐于与他人一起工作”，也应该是个“贩卖幸福的人”。

和谐的人际关系对于销售员来说是非常重要的。如嫉妒心过强、人缘不好等，都会带给销售员严重的消极影响。

另外，不替对方设想的个性，或看见生人会脸红的毛病，都必须及早克服，因为这两点或多或少地会影响到人际关系的和谐，因而良好的人际关系必须从多方面来做。

7. 娴熟的技术

缺乏说服力、应变能力不够、电话应对不当、不尊重对方、销售技术不够熟练、不是个好听众等，都可以说是销售技术上的缺陷。

销售技术上的缺陷，意味着进行商谈的技巧不够成熟，也正是因为这个因素，许多销售员经常会从销售战场上败下阵来。

而这种缺陷，大多是由于商品知识的不足以及对客户的心理没有深入研究造成的。因此，销售员首先必须知己知彼，了解客户的心理，另外，必须具有娴熟的销售技巧，才能在销售战场上百战百胜。

8. 伦理道德观念

如果销售员缺乏伦理道德观念，就会产生相当大的问题。

一个人一旦沉迷于功利主义和拜金主义，自私自利，甚至为达到目的不择手段，那么他也是很难在销售这个行业取得成功的。

二、毅力和耐力是销售员夺标的基石

一个成功的销售员在遭遇挫折或失败时，要能永远不认输，屡仆屡起，咬住不放，坚持到最后胜利。因此说，毅力和耐力是销售员赢得百万业绩的基石。

1. 适时调整自己的心情

心情对行为的影响相当大，随着心情的变化，结果就会时好时坏，这种现象是不可否认的。

以乐观还是悲观的态度看待事物，纯属人生观的问题，无所谓孰好孰坏，但是在干销售这行时，则毫无疑问，乐观者较易成功。与其杞人忧天或在意不理想的结果，不如去思考更积极的方法，找出可行的方案。

有些销售员生性悲观，凡事都往坏处想，以致在展开行动之前，就为自己的失败找了许多借口，这样如何会有好成绩？

即使成功的概率很小，但只要存在着可能，就要勇敢地接受挑战。也只有勇于接受挑战，才会存在成功的可能性。

倘若在一开始就放弃，胜利的号角绝不会为你响起。

当然，自我挑战不只是喊喊口号而已，必须找出问题的症结，用实际行动去解决问题。具体的方法，如增加访问客户数、延长拜访客户的时间、锁定目标、提高会晤和订约率等。

思考可行的方法不只是获得成功这种实质利益，它还能引发心情愉快、思考效率提高、头脑更加灵活等一连串效应。

这些效应的价值可以提高你的能力，使你在面对任何工作时，都能愉快胜任，因此是一举数得的。

总之，经常去思考可行的方法有利无弊，是自我成长的灵丹妙药。

2. 认清自己，提升业绩

销售员要想了解自己是否真正地把销售当作自己的事业去做，首先需要回答下面几个问题。

第一个问题：“你是不是相信自己目前从事的是正当的工作？”

第二个问题：“当你从事某种工作时，是不是事先做周全的调查与计划？”

第三个问题：“你以前是不是有过‘那件事的确是搞砸了’之类的经验？如果有过，是不是一直为它而闷闷不乐？”

第四个问题：“你是不是想过怎样使自己的市场水准提得更高，更为能干？”

第五个问题：“你是不是想过，完成自己的工作等于回报了别人？”

第六个问题：“你是不是曾经激励自己‘拿出勇气来’？”

第七个问题：“你是不是想过‘勇气需要经常激励、鼓舞，否则势必减弱’？”

如果你的回答都是正面的，那么，就证明了你对自己的工作怀有热忱，是个正直的勇者，你会对自己拟定的计划全力以赴。

你我都是销售员

第二节 你我都是销售员

现代社会是一个销售的社会，我们每一个人都需要销售，我们每一个人都在从事销售。我们无时无刻不在销售自己的思想、观点、产品、成就、服务、主张、感情，如此等等。

销售无时不在、无处不在，上至国家元首，下至平民百姓，无一不需要销售。当然，这种意义的销售是广义的销售。

我们所讲的销售是狭义的，仅指对商品的销售。

一、我是一名销售员

销售是勇敢者才能从事的职业。

从事销售活动的人，可以说是与“拒绝”打交道的人。

在现实生活中，不会有客户见到销售员上门来销售商品时，笑容可掬地出门相迎：“欢迎、欢迎，您来得正好！”“真是雪中送炭！”随后便掏钱购买商品。

如果这样的话，就用不着销售员了。

销售员从举手敲门、客户开门、与客户的应对进退，一直到成交，每关都是荆棘丛生，没有平坦之路可走。

1. 销售员要有战士的信念

有人把销售比喻为战争，并引用一位参加过战争的军官的话来描述“看不见的敌人”的可怕：“最恐怖的是眼睛看不见的敌人。跟眼睛看得见的敌人作战，心中多少有些充实感；但在密林中作战，看不见敌人，冲进去却没有抵抗，时间 5 分钟、10 分钟地过去，静谧中可怕至极。恐怖成了我们心中的敌人……”

销售员也有两大敌人：看得见的敌人——竞争对手；看不见的敌人——自己。

销售员在面对一次又一次的拒绝时，如果没有顽强的斗志和必胜的信念，免不了会产生“受不了啦！我再也不想干啦！”的逃避思想，这就是心中看不见的敌人之一。

要想战胜这种看不见的敌人，除了销售员自己给自己鼓气外，别无良策。

销售员要想获得成功，就要不因艰苦、挫折而屈服。选定好目标，就要一心一意地努力奋斗。必须具有这种坚定的信念。

2. 销售员牵系企业命运

“盛田昭夫”这个名字对普通人来说，也许还很陌生，但提起“索尼”电器恐怕就很少有人不知道了。

1986 年，盛田昭夫著的《日本·索尼·AKM》一书出版，书中有这样一段话：

仅有独特的技术，生产出独特的产品，事业是不能成功的，更重要的是商品的销售。

确实，商品的销售对任何一个企业来说，都犹如命脉。

大凡效益好的企业，都把产品的销售摆在重要的位置上。只有重视销售，从而重视销售员的企业家，才称得上真正优秀的企业家。

如果有谁说瞧不起销售这个职业或者说一些嘲弄的话，那你就一直盯着那个人的眼睛认真地说：“正是由于我和像我一样的几千个人在从事销售工作，你才能拿你挣的钱买东西，否则你这些东西是从谁那里买的？”

这种事情对于任何人来说都是确凿的事实，不管对方是邮递员还是邮政官员，是士兵还是将军，或者是教师还是校长也好，都无法否认这个事实。

3. 销售员相对自由

销售是最自由的职业，它的自由主要表现在时间上，没有人规定你上下班的时间，没有人规定你今天必须去销售。

在相对自由的空間里，如何最大可能利用好这个自由很关键。实际上，相对自由的前提是需要销售员有自我控制和能够合理安排利用时间的能力。之所以没有人来限制你的行动，是因为销售本身有随机性，灵活性的特点，关键在于销售员自身怎么把握。如能充分发挥主观能动性，自己合理地安排好时间，这才是相对自由的空間的最好利用。

二、顶尖销售员要学会自我管理和教育

1. 销售员要有坚定的信念

销售能力的优劣，销售的质与量，具有决定性的影响力。

销售员没有所谓的先天资质，销售员要自己去创造、塑造！而最重要的条件就是销售员工作时要具有高昂的士气。

士气高昂的销售员比士气低落的销售员能发挥数倍的效率。人体内隐藏着巨大的潜能，如果掌握了正确的运用方法，就能将潜能激发出来，取得令任何人都大吃一惊的成绩。

有一家小纺织公司推行扩大销售计划，每 6 个月雇用一名销售员，新雇用的销售员必须先办公室学习商品知识和谈判方法，然后跟着销售教练到现场学习，最后才能得到该公司总经理接见的机会。当总经理对他讲一些带有鼓励性的话时，他就等于领到了“销售技术的毕业证书”。

有一年，该公司雇用了一名不成熟而且缺乏信心的年轻销售员，这名销售员在经过前两个阶段的学习后，对自己能否胜任工作一点儿也没有把握，正担心总经理不发给他“毕业证书”呢。

可是，那位总经理在对他讲了“你能干好的”之类的鼓励性的话后，说道：

“你听着，我打算让你到大街对面的住处去销售，以往我也总是把新来的销售员派到那里去销售。理由很简单，因为那里有位老先生，他是个买主，什么时候都买我们的东西。但是，我要预先警告你，他是一个厚脸皮、令人讨厌、爱吵嘴而且满口粗话的人。你如果去见他，他肯定会对你大吼大叫，仿佛要把你吃掉似的。不过，你放心，他只是叫嚷一阵而已。所以，无论他说什么，你都不要介意。我希望你默不作声地听着，然后说：‘是的，我明白了。我带来了本市最好的纺织业务的商谈说明，我想这个说明也一定是您想要得到的东西。’总而言之，他说什么都没关系，你要坚持你的立场，然后讲你要说的话。可不要忘记啊，他在什么时候，都会向我们的销售员订货的。”

这位被打足了气的年轻销售员冲过大街叫开门进入屋里，报了自己公司的名字。

在前5分钟里，他没有机会讲上一句话。因为那位老先生不停地给他讲一些无关紧要的事情，一会儿教他某种菜的做法，一会儿又教他一些莫名其妙的词汇。好在这名销售员事先得到过忠告，他耐心地等待暴风雨的过去。

最后他拿出商品说明书说：“是的，先生，我明白了。那么，这是本市最好的纺织业务的商品说明，这样的商品说明，一定是您想要得到的东西。”

这样一进一退的“进攻”和“防御”大约持续了半个小时。

半小时后，那个年轻的销售员终于得到了该纺织公司有史以来最多的订货。

当他喜滋滋地把订单交给总经理时，他说：“您说的关于那位老先生的话没错。他是一个厚脸皮、令人讨厌、爱吵嘴、满口粗话的人。可是他真是可爱的买主！这是我在公司任职以来获得的最大的一批订货。”

总经理看了一下订单，满脸惊讶地说：“你搞错人了吧？那个老先生在我们遇到的客户中，是最吝啬、最讨厌、最好吵架，而且是最爱说粗话的。我们这20年来总想让他买点儿什么东西，可是他连1元钱的东西也没有买，总之，他从来没从我们这儿买过一件东西。”

那这个“新手”为什么能成功呢？

毫无疑问，是总经理的话使他充满了信心。

全力以赴地去搞销售，就一定能达到目标。

要有无论如何也要完成任务的坚定信念。

唯有如此，你才会想尽一切办法去与客户接触，说服客户购买自己的商品。

2. 销售员首先要战胜的是自己

有一次，日本松下公司要招聘一批销售员，选拔方式是笔试与面试相结合。

录取的名额只有10个，可报考的却有几百人。

经过一个星期繁忙的招考，最后通过电子计算机计分，选出了10名佼佼者。

当松下幸之助查看录取者名单时，发现面试时给他留下深刻印象、成绩特别出色的神田三郎没有在这10人之列。他感到很奇怪，当即叫人复查考试分数统计情况。

经过复查，发现神田三郎综合成绩名列第二名，只因电子计算机出了故障，把名次排错了，才导致神田三郎落选。

松下幸之助立即吩咐纠正错误，给神田三郎发录用通知书。

第二天，给神田发通知书的助手向松下幸之助报告了一个惊人的消息：神田三郎因没有被录用而跳楼自杀了，录用通知书到时，他人已死。

闻言，松下幸之助沉默了好长时间。

助手在一旁自言自语说：“可惜了，这么有才的一位青年，我们没有录用他。”

松下不以为然地摇摇头说：“幸亏我们公司没有录用他。意志如此不坚强的人是干不成大事的。”

这个例子中的神田三郎在我们的生活中其实并不少见。他们并不是没有能力，并不是不如别人，而是由于他们战胜不了自己，最后导致悲剧的发生。作为销售员来说，由于更多地要直接面客户，经常会面对客户的拒绝，这就需要他内心坚强，有健康的心态，能够面对打击，不怕挫折。所以，首先要在心理上战胜自己，然后才能战胜别人。这是我们从上面的例子中要吸取的教训。

，胜利就会属于你！

3. 苛求自己，提高自己

国内某著名公司极其重视销售员的自我管理教育。如对工作的认识、树立正确的价值观念、养成有计划性的做事习惯、培养实践能力、合理安排时间、不间断地学习、注意健康、自我调节工作上萎靡不振的情绪，以及如何全神贯注地工作等，公司对这些方面的教育都抓得很紧。

有一篇文章反映了该公司销售员自我管理的真实情况，文中写道：

“我认为所谓自我管理，首先就是苛求自己。我把一个星期的工作计划分为上午和下午两部分，把要走访的地方分为5等份，星期一走访某某路的1号到100号，星期二走访第101号至200号，星期三……这样一个星期结束以后，就走访完了我所负责的整个地段。我把这种做法一直作为绝对的、至高无上的命令来执行。“硬闯”和销售管理工作都安排在每天下午去搞，上午专做接洽生意或类似的工作，从下午4点起，做交货、修车等工作。我的工作计划大体上就是如此，并坚决执行。这就是我的销售计划，也就是自己管理自己。参加工作的第一年，经常都是我一个人在街道上转来转去，觉得非常难受而且寂寞，有时也深感销售工作真让人痛苦。每逢这时，我就勉励自己说，自己痛苦的时候别人也痛苦。说老实话，我想如果销售工作是一帆风顺的，也就无所谓自己管理自己了。自己管理自己这个问题之所以受到重视，是因为任何人都不能随心所欲地去做事情，因为今天一去不返，人们才要求这么严格。我也经常有精神不振的时候，遇到这种情况，我就会在星期天去爬山。当我一步一步克服了前进中的困难攀登到山巅时，那种激动的心情简直就和接受订货、交出货物时的激动心情完全一样。”

销售员与运动员一样，也应有毫不气馁的精神。

一个人的思想对他的行动有很大影响。不要对自己失去信心，即使真的没成功，也不要失望，因为这也在情理之中。

4. 自信赢得业绩

当你和客户会谈时，言谈举止若能表露出充分的自信，便会赢得客户的信任，客户信任了你，才会相信你的商品说明，从而心甘情愿地购买你的商品。

只有自信，才能使客户产生信任，而信任则是客户购买你的商品的关键因素。

自信来自于积极向上的心态，也是一种积极向上的力量。

自信是销售员所必须具备的一种气质。

那么如何才能表现出你的自信呢？

首先你必须衣着整齐，挺胸平首，笑容可掬；其次要礼貌周到，对任何人都亲切有礼，细心应对。这样，就容易使客户接受你，从而增强你的自信心。

如此，你的自信也必然会自然而然地流露于外表。

很多销售员刚开始时信心百倍，但是无法一直保持这种自信。这是为什么呢？

因为销售员经常是满腔热情地敲开客户家门，却遭到客户的冷言冷语，甚至无理谩骂。这样他们的自信就很容易消失了。

怎么办呢？

这就要看销售员的自信心是否坚强了。

你一定要沉住气，千万不要流露出一不满的神情。

要知道，客户与你接触，并不会在意自己的言行是否得体，而总是在意销售员的言谈举止。客户一旦发现你信心不足，对你的商品就不会有什么好感了。即使他认为你的商品质地优良，很合其需要，但见你急于出手商品，便会使劲压价，就因为你失去了自信。

由此可见，销售员在销售时必须表露出自信。

客户通常比较喜欢与才能出众者交手。他们不希望与毫无自信的销售员打交道，因为他们也希望在别人面前自我表现一番。再者，他们怎么会情愿和一个对自己的销售及商品都缺乏信心的人洽谈生意，从他那里购买商品呢？

如果你对自己和自己的商品充满了自信，那你必然会有一股不达目的绝不罢休的气势。坚持下去

销售低潮，并没那么可怕

第三节销售低潮，并没那么可怕

人生就是由无数烦恼穿成的念珠，达观的人是一面微笑一面去数它的。何必自寻烦恼，最好把目标放在下一期的业绩上。也许这段时期，正是对自己的销售计划及拜访活动做一全盘调整的最佳时机，以在下一期重新出发时，能更有活力、更有技巧、更有冲劲地进行销售活动！

就算是再资深的销售员或是业绩一直不错的销售员，也会发生连续两个月、三个月业绩持续滑落的情况，这就是一般销售员闻之色变的“销售低潮”。

不曾有过这样经历的人绝对不知道它的杀伤力有多大，经历过的人则会暗暗祈祷恶梦不要再度来临。

一、准确定位，从容面对

销售低潮，不仅会使人精神郁闷，令人丧失冷静，甚至有时连自己是何许人都会产生怀疑。

事实上，发生这种状况绝对不会是没有原因的。可能是没有开拓新的客户，可能是活动量不够，也可能是家中发生重大事故或生病让自己失去应有的销售水准，等等。显而易见，原因都是出在自己身上，除非是因重大事故或生病等不可抗拒的因素，否则失败的责任绝对得要自己来承担。

有些销售员运气好时，谈上一两回就可以促成交易，但得来太容易的成功往往会把人冲昏头，以为从此之后幸运便会永远垂青，不再多花时间培养新的客户及熟客，整天就是呼朋唤友去喝咖啡消磨时间。待业绩出现断层时，则方寸大乱，不知道如何脱离困境。

像这种情形就是自满与自傲造成的。自满与自傲像一柄双刃剑，在一切状况顺利时会化为自信，使拜访活动更有活力；但当业绩陷入低潮时，它将成为无形的杀手，使一切自我钻研、自我努力获得的成果化为乌有，业绩平庸，让人难以向前迈进。

不满现状固然是促使销售的原动力，但易有火力分散、不易命中“红心”的缺点，这也是为什么“万能销售员”始终是个名词，却无法成真的原因。

再者可能就是销售技术的问题。

有的人觉得某种方法十分管用，便一成不变地将它运用在每个客户身上。殊不知，一成不变的方法久而久之将磨去你原先的魄力与热情，再也无法感动客户，终有一天会遇上不灵光的状况！

遇到销售低潮时，其实也不用灰心，凡事总要看得开些。

人生就是由无数烦恼穿成的念珠，达观的人是一面微笑一面去数它的。

何必自寻烦恼呢？最好把目标放在下一期的业绩上。

也许这段时期，正是对自己的销售计划及拜访活动做一全盘调整的最佳时机，以在下一期重新出发时，能更有活力、更有技巧、更有冲劲地进行销售活动！

二、将销售变成有趣的工作

人产生疲劳的主要原因之一，就是烦闷。就以我们家隔壁那位销售员晓琳为例来说吧。

有一天晚上，晓琳下班回家时，觉得筋疲力尽，一副疲惫不堪的样子。她也确实感到非常疲劳，不仅头痛，连背也痛，困得连饭都不想吃，就想上床睡觉。在她母亲的再三要求下，她才坐到饭桌旁。

这时，电话铃响了，是晓琳的男朋友打来的，请她出去跳舞。晓琳的眼睛立刻亮了起来，精神焕发。她穿上一件天蓝色的洋装，飞快地冲下楼，一直跳舞跳到半夜3点钟。最后，当晓琳回到家时，却一点也不觉得疲倦，也不觉得困，事实上她还兴奋得睡不着觉呢！

在数小时以前，也就是晓琳的外表和动作看上去精疲力竭的时候，她是否真的疲劳呢？其实不是。她那时之所以觉得疲劳，是因为她觉得工作很让她心烦，甚至对生活也觉得很烦。这个世界上不知道有多少像晓琳这样的销售员，你也许就是其中之一。

人受心理因素的影响，通常会比受体力劳动的影响更容易感到疲劳。当我们做一些有趣而且令人兴奋的事情时，就很少会感到疲劳。即使像登山这类非常消耗体力的活动，可能也不如心情烦闷容易使你感到疲劳。

如果你喜欢你现在从事的工作，那么你肯定会从工作中找到激情。如果你实在不喜欢这份工作，那么就假装你喜欢它。渐渐地，你就会发现，如果一开始你是假装喜欢你的工作，那你慢慢就真的喜欢它了，而当你喜欢你的工作的时候，你工作的效率就能提高许多。事实证明，心理状态的转变能产生巨大的能量。

所以，如果你能将假装技巧应用到你的销售工作中去——假装对销售感兴趣的话，慢慢就会使你的兴趣变成真的，并且可以减少你的疲劳和紧张，以及你的忧郁。

每天早上出门之前，请对着镜子对自己说：“如果你要吃饭，就一定要做好这件事情。既然你非做不可，为什么不做得快乐一点呢？为什么不在每一次敲客户门的时候，就假想你自己是一个演员，你正在拍戏，导演他们正在旁边看着你呢？因为你现在做的事情，就像在拍电影一样有趣，所以为什么不开心一些，表演得出色一些？”

“我们的生活，就是由我们的思想形成的。”每小时都对自己说一遍，你就可以指引自己去想很多快乐的东西，并且可以由此获得力量和平静。对自己说许多值得成功的事情，你就可以在头脑里充满积极向上的思想。

只要你的想法正确，任何工作都会变得有趣。要知道：我们是在为老板工作，为老板创造利润，可是我们在这个工作中获得的经验和知识是我们自己的，谁都拿不走。以后不管我们去哪里工作，那都是我们的能力、我们的资本。给老板创造的利润可能瞬间化为乌有，可是我们获得的能力却是我们一辈子的财富。

把销售变成一件有趣的工作，这样才能使你不再忧郁，而且最后还有可能带来升迁和加薪的机会。

三、销售要做好人生规划

时时憧憬成功之时的情景，以使自己更加坚信“精诚所至，金石为开”这一格言。

成功的实现并不遥远，它就在我们周围的方寸之地。

1. 制订目标

连续几年销售马自达汽车突破百辆的W先生在为销售忘我地工作的第三年，尽管客户时常光顾，工作成绩还算不错，但他总觉得有一种强烈的不安之感时时袭来。

“难道我就这样继续生活吗？销售员的生涯能够保障我的未来吗？”

这是对人生观、职业观的迷惘，是对未来的不安。

销售员的实际成绩是与其意志的强弱成正比的。如果总是认为自己“不行”，那么，“不行”就会成为现实。

“我就不信在今后两个月中，销售不出5辆汽车！”如果能下定这样的决心，那你的目标就可能成为现实。

已经快到两个月了，可是W先生的销售额却仍旧是零。

就在这天回家途中，他在田间小路上对天发誓：“坚持，坚持，一定要坚持到底！”

正是由于这种坚持不懈的信念，到最后的期限时，W先生终于完成了销售5辆汽车的任务。

就此，同行向他询问：“您能提高销售业绩的窍门是什么？”

W先生这样回答：“用红笔把销售目标醒目地写在纸条上，贴在只要是自己随时能看得到的地方，如办公桌、床头、饭桌等使自己时时刻刻感受到它的压力。”

你要时时刻刻坚信“我一定能完成自己的目标”，“我一定能成为公司的销售冠军”，“我一定能成为世界级的超级销售大师”。以这些信念去指引行动，你就能克服一切困难，勇往直前，你就能达成你的目标！

如果销售员自己感觉“不能成交”，这种感觉就会传达给买方，使他说出“改天再说吧！”这句话来拒绝你。

要想成为成功的人，首先必须有明确的人生目标。

没有人生目标，也就没有具体的行动计划；没有行动计划，做事就会敷衍了事，临时凑合，也就没有责任感，更谈不上什么坚强毅力、斗志昂扬了。

没有目标，才能和努力都不会有结果。

销售员作为公司的一线人员，不能没有自己的奋斗目标和行动计划，否则你的销售工作便无从下手，即使是漫无目标地走访几家客户，成功率又会有多少？

结果当然可想而知。

作为销售员不要认为自己是为公司做事，其实你是在为自己做事。若是为公司做事，必然是被动的、消极的；若是为自己做事，目标便可以自己确定，计划可以自己实行，那么你的行动便是积极的、主动的。

同样，作为公司也不能没有目标，比如三年目标、五年计划、十年蓝图等。

公司的领导首先要制订奋斗目标和行动计划，否则员工就不知工作如何下手。

2. 目标决定方略

目标不能定得太高，否则无法实现，就变成白日做梦、痴心妄想，势必影响斗志，使人情绪低落。

销售员要先定下可行的目标，然后分成若干具体步骤和阶段，做好具体的行动计划，拾级而上。

每个人都有自己的目标，但不是每个人最后都达到了他的目标。这些人并不是没有去努力争取，而是不明白这样一个道理：有一个远大的目标时时激励着自己，固然是成功所必需的条件；但是，如果没有一个达到目标的详细计划，那目标就像是水中之月，可望而不可及。

行动计划犹如罗盘，具有引导每日销售活动的作用，就像罗盘为船只指引方向一般。销售员必须根据行动计划来核对自己的工作状况，查看每天的销售方向是否有误。

通常每月、每周、每日的计划是固定的，而行动计划却会因公司各期的营业方针或政策而有所改变。

这种机动性高的计划，对业绩影响甚大，因此有必要妥善拟定。

等计划拟定好之后，接着就要依计划去开展工作。在工作开展过程中，要不断回头验收成果，看自己的所作所为与计划是否一致。如果不符合计划，就要分析原因，寻找解决对策，以便下次计划能顺利实施。倘若工作比计划早完成，就要认真分析，这份计划所设定的目标是否太低，如果是，下次的计划便要设定更高的目标。

工作没有计划的人，通常都是漫无目的的懒汉。只要上司下达命令，或是客户提出要求，他们均言听计从，毫无异议。这种销售员一辈子都在为别人疲于奔命，根本无法去做自己想做的事情。若再加上工作忙碌，就更没有时间为自己而工作了。

四、随时沟通，取得谅解

当工作一件件接踵而来时，最好能及时处理掉。

如果无法立即处理，就要把实际困难告诉与此事相关的人员，并取得他们的谅解。绝不可图一己之便，而造成客户或同事的不便，否则会被认定为无责任感的人。尤其是与人约定的事项，最好不要轻易更改，以免过去累积的信誉，霎时一扫而空。

1. 发挥电话的功能

电话是销售员不可缺少的工具。一般事务如无须亲自说明，就可通过电话转达。与别人做业务谈判时，也可靠电话来解决。

电话真是妙用无穷，不仅能解决问题，又能省去两三倍的时间，着实是销售员的好帮手，销售员应善加利用。

像安排约会、接受订货和商品介绍等，都可用电话完成，访问客户次数太少时，也能借打电话来弥补。虽然平常疏于和客户见面，但只要勤于打电话，也能引起客户的注意，以使客户常记得你。

全国迷你型MBA职业经理双证班

认证系列：职业经理资格认证、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、企业培训师、酒店经理、市场总监、财务总监、营销策划师等认证。

颁发双证：通用高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含2年全套学籍档案）

证书说明：证书全国通用、国际互认、电子注册，是提干、求职、晋级、移民的有效依据

学习期限：3个月（允许工作经验丰富学员提前毕业） **收费标准：**全部学费 **1280** 元

咨询电话：13684609885 0451-88723232 88342620 **电子邮箱：**xchy007@163.com

学校网站：www.mhjy.net **颁证单位：**中国经济管理大学 **承办单位：**美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



职业经理 MBA 整套实战教程

千本好书 **免费** 下载网址 www.mhjy.net

2. 释放热情

热情无疑是销售员最重要的秉性和财富之一。

不管你是30岁、60岁，还是90岁，都要使生活充满激情，激情能使人青春永驻。不管你是否意识到，每个人都具有火热的激情，只是这种热情深埋在人们的心灵之中，等待着被开发利用，为建设性的事业和有意义的目标服务。

你要找到自己的热情，正如找到信心和机遇那样。

热情要靠自己创造，而不能等待他人来点燃。缺少自身的努力，任何人都无法使你满腔热情；没有自身的努力，任何人都无法帮你达成目标。

热情是一种动能，它像螺旋桨一样驱使你达到成功的彼岸。

试问，我们能在热情中找到迷惑、失望、惧怕、颓废、担忧和猜疑吗？

当然不能！

不管是干什么样的事业，要想获得成功，首先需要的就是工作热情。销售事业尤其如此。因为销售员整日、整月，甚至整年地到处奔波，辛苦销售商品，其所遭遇的失败不用说了，就是销售工作所耗费的精力和体力也不是一般人所能比的，可想而知，销售员是多么需要热情和活力。

可以说，没有诚挚的热情和蓬勃的朝气，销售员将一事无成。

所以，销售员不仅要锻炼健康的体魄，更重要的是要具有诚挚热情的性格。

热情是销售成功的首要条件，只有诚挚的热情才能融化客户的冷漠拒绝，使销售员“克敌制胜”。

成功销售，只需再往前走一步

第四节成功销售，只需再往前走一步

对一个成绩斐然的销售员说，头一次提出成交要求就获得成功的买卖，在他做成的所有买卖当中只占 1/10。他在签合同前要做好被拒绝一次、两次，甚至更多次的准备。他根本不怕遭到对方的拒绝，那样反而能增加他进一步争取成交的动力。

面对拒绝，绝不能绕过去，更不能认输。

因为销售员来来去去都是单独行动，上级说要这样干、那样干，结果怎么干还是要看自己的。

一、销售是事半功十倍

乔·吉拉德曾经说：“我的定额完成法的基本原则在于：要在比别人提前一半的时间内，完成超过平常人一倍的工作定额。也就是说，别人在三个月内完成 3 000 万元的话，我就要一个半月完成 3 000 万元，以此为目标开展销售。”

因此，若要取得销售的成功，以下两个条件尤其重要：

一是制定使自己不能偷懒、退却、辩解的计划。

二是这种安排需用铁的意志来坚决执行。

连续 16 年一直荣获日本汽车销售冠军的奥城良治，在他的笔记本上事先都画好 20 个方格，每上门推销 5 户，在格内填入一个“正”字，只有 20 个格都填满，才算完成一日的销售计划。

据说，奥城良治规定自己每天推销少于 100 次就不回家。有时，到了晚上，还未完成计划，他就坚持着向行人进行推销。有一次，直到深夜一个行人也没有的时候，他只进行了 95 次推销，为了完成计划，他竟然拖着疲惫的身体走到警察局，向值夜班的警察推销起来。

销售员需要有铁的意志和不达目的绝不罢休的信念，才有机会走向成功。

三眼国际的总裁程得胜先生最开始是做电脑软件的销售员，当时老销售员一见面就对他：“能推销 15 户就已是相当可观的了，并可以开始期待有买卖了。这里有张画了 100 个空格的卡片，不是现在要你立即全部涂掉，而是每推销一户用铅笔涂掉一格。这个计划只是你自己的，没有必要告诉公司。当然究竟怎么办全在你自己。”

就像程得胜先生后来说的：“并非为卖而销售，已成为为记录而销售了。”

的确，正是这样，为记录而销售成为程得胜先生迈向成功的第一步。

制订这样的计划，划有 100 个格子的卡片并不是目的，而是达到目的的手段。

销售员能实现目标，全靠铁一般的意志。

二、做销售需要坚定的信念

全力以赴地去搞销售，则必定能达到目标。

要有无论如何也要完成的坚定信念。

唯有如此，销售员才会想尽一切办法去与客户接触，无论如何都要说服客户购买自己的商品。

1. 将“不”作为成交的动力

一个成绩斐然的销售员说，头一次提出成交要求就获得成功的买卖，在他做成的所有买卖当中只占 1/10。他在签合同前要做好被拒绝一次、两次，甚至更多次的准备。他根本不怕遭到对方的拒绝，那样反而能增加他进一步争取成交的动力。

每当遭到客户拒绝时，他并不停下来去反驳对方的决定，而是设法找出促成对方购买决心的尚未利用的因素，继续说：“噢，对啦，我还有一点没给您讲清楚呢。”接着便展开另一个销售要点。

许多人都害怕如果要求对方成交的时间过早，做成生意的机会可能会被毁掉。然而，这种在客户做好准备之前就提出成交要求的过失并不像看上去那样可怕。

一旦发现客户尚未准备好，还可以返回去重新推荐商品，再次争取成交，这并不困难。

这就是说，你必须不止一次地争取成交。

在精心准备推销活动时，应当设计好几种方法，如果头一次努力没有成功，下一次努力还有可能产生较好的结果。

毫无疑问，在遭拒绝时具有坚韧不拔的精神应当是所有销售员争取胜利的必备素质。在对方说“不”时仍能毫不退缩才会有助于你的工作。

北京有一名销售员，就是这种锲而不舍的人。

他千方百计地要把自己的阀门销售给朝阳区的一家糖果厂，该糖果厂使用另一个牌子的阀门已有 25 年的历史。一天，在吃午饭时他截住糖果厂的总机械师，告诉他下午两点要去见他。

两点刚过，总机械师气冲冲地走进会客厅，用愠怒的目光瞪了这名销售员一眼。

但这名销售员不慌不忙地请他坐下，开门见山地问：“您用的阀门漏不漏？”

“买阀门不是我的事！”总机械师高声说，“你去找总工程师吧。”

这名销售员装作没听见，继续问：“什么设备上的阀门泄漏最多？”

“焦糖蒸汽罐上的，”总机械师不情愿地承认，“但我无权购买任何阀门。”

这时，这名销售员开始展示自己的产品，他把阀门拆开让总机械师看：由于在特硬底座和堵盘之间垫的是修剪好的薄钢片，因而阀门可以做到绝对的密封。

“你们的焦糖蒸汽罐上使用多大尺寸的阀门？”他问。

“3 / 4 英寸的，”总机械师回答，“但我已经告诉你，我什么阀门也不能要。”

销售员根本不听此话，却对陷入困惑的总机械师说道：“你写一张请购单，就说需要一只 3 / 4 英寸的实心阀门，进屋去给你们采购员，再要一张订单。然后你就会看到阀门的泄漏问题将会彻底解决。”

总机械师走进屋里，为那一只试用的阀门拿来了订单。

这名销售员在几分钟之内做到了他们公司的经销商及销售员多年来都未曾做到的事，原因是只要出现“不”字，他的耳朵就会自动堵上。

如果客户老是重复一句得不到反应的话，最后自己也会厌烦起来。

如何摆脱这种困境呢？

最简单的方法就是掏钱购买。

2. 鼓起勇气，再试一次，也许这次你就能成功

成功销售就是每次遭到客户拒绝之后的坚持不懈。

也许你会连续几十次、几百次地遭到拒绝。然而，就在这几十次、几百次的拒绝之后，总有一次客户将同意采纳你的计划。为了这仅有一次的机会，销售员在做着不懈的努力——销售员的意志和信念就在于此。

只要销售员觉得他已经引起了客户的购买欲望，他就应当尝试着去争取成交，并且要多次尝试，锲而不舍，直到成功。

有人说，成交生意就像背诵字母那么简单，随时随地都能成交。

做起来虽然不是这么容易，但这种观点每一个销售员都应具备。

鼓起勇气，再试一次，也许这次你就能成功。

这里，有一位一天访问 13 次最终成交的销售员的故事。

有一天，这位销售员向某公司的总务处长销售复印机，这位总务处长同往常应付其他销售员一样地回答说：“我考虑看看。”

这位销售员是一位老实人，听总务处长这么说就答道：“谢谢您，那就请您想想看。”然后便离开了。

当那位处长正松了一口气时，这位销售员又来了，处长以为他忘了什么东西，但他却说道：“您想好了没有？”

然而，他看到的是处长满脸吃惊的表情，于是他说：“那我再来。”

大约过了 30 分钟，这位销售员又出现了，“您大概已经……”

处长仍是一脸的困惑，这位销售员又说道：“我再来。”

过了一会儿，他再次出现，处长心想：“我该以何种表情面对他呢？”

虽然处长以自己及这位销售员都认为可怕的眼神瞪了这位销售员一眼，但他的心里却越来越不安，“那个家伙会不会再来呢？”

当处长正如此想时，这位销售员又出现了，“您已经考虑……对不起，我再来。”

处长的情绪愈来愈恶劣，但是这位销售员的波浪式攻击仍持续不断，到黄昏时，他已是第 13 次来访了，处长终于疲惫不堪地告诉他：“我买！”

销售员问：“处长先生，您为什么决定要买呢？”

“遇到你这种工作热心和有着不合常理的厚脸皮的人，我只好认了。”处长说。

三、是做“鸽”，还是做“鹰”

当我们要做第一线的销售时，最重要的一件事便是设法取得每一天的第一张签约。让每一天都有一个好的开始，让每一天都是令人充满信心而又愉快的日子。

回想看看，当你取得合约走出客户家门时，心中有何感受？

这不单单只是一项交易的结束，这是客户对自己的肯定，这是对自我能力的验证，这也是销售行业令人又恨又爱、难以割舍之处！

取得合约是从事销售工作最大的成就，它不仅是行动的成果，其中更包含了销售员的智慧。

其实，销售的成就并非只是如此，有很多一流销售员最大的成就，就是向自己创下的纪录挑战！

有些销售员一年只休假三天，对他们而言，刮风下雨正是拜访客户最佳的时机，即使生病也不轻易在家休息，在辉煌的成绩背后，有着他们以血汗与辛劳写下的历程。

不是他们不能或是不愿过惬意的生活，只是他们无法抗拒在取得合约时的那份喜悦，这令他们甘愿放弃生活中的许多乐趣。

每一份合约都是血汗与泪水的结晶，不是当事人绝对没有办法体会个中喜悦。

1. 销售需要目标

一旦投身销售这个行业之中，就得面对永无止境的自我挑战，为证明自我，为突破自我，勇往直前，绝不轻易回头。

每一个人梦寐以求的，无非是证明自己在人生中是个不败的勇者，而销售正是最适合证明自己的行业。

不过，它也很有人情味，只要你能不断成长，蒙尘的明珠就可以发出万丈光芒！

工作，都该有目标的，就像船只航行在海上，若没有罗盘指引，将失去方向。

2. 目标要切合实际

销售工作不能没有目标，问题是如何设定一个明确的目标。

有的人主张目标应该设定得比自己的能力略微高一点，逐次提高，借以刺激自己在稳定中求进步；但可望不可及的高目标，在能力达不到的情况下，反而让人在起步时就丧失斗志。

也有人主张尽量设定不太可能达成的目标比较好，他们认为人的潜力是无穷的，何必对自己的能力设限？如果订立一个高目标，尽全力去挑战，就算失败，其成果也要比前一种按部就班的方式要高出许多。当然要达成目标，势必要付出比平常更加多的努力。他们认为，高目标才能带来高成果，才能磨炼出真正优秀的人才！

这两派理论都没有错，一是“鸽派”，一是“鹰派”，但到底设定何种目标，关键在于销售员自己。如果你是一名斗志十分高昂的销售员，就该力求将眼光放远，设定更具挑战性的目标，从而思索是否能有截然不同的方法去达成目标；如果你是只求平凡表现的销售员，未尝不可以以时间换取空间，花上数倍的时间，慢慢地一步步往上爬，一样还是可以达到相同的境界。

只要重视基本功的训练，脚踏实地地实践，无论是谁，都可以成为销售战线上的强者。记住，没有人能断言人的潜力到底能发挥至何种极限。

赢得百万业绩的砝码

第五节 赢得百万业绩的砝码

失败，是被旁人的说话所害。所以，做生意的原则是：不能跟没有志向的人聚在一起。前面提到的三眼国际的程得胜总裁在成立公司之前，由软件销售员又改行做了人寿保险销售员。

开始的时候，他到处去找亲戚朋友。

某日，他跑到了一家饭店，拜访一位多年不见的亲戚。这位亲戚在这家饭店担任厨房总管。

为了生意，程得胜硬着头皮去探望这位多年不见的亲戚。

说明来意之后，这位亲戚整张脸都变了色，由刚开始的热诚变为凝重。因为他认为程得胜是在掏他的钱包。当然，他思想顽固，在当时他对人寿保险这类东西又怎样接受得来呢？

这位亲戚不仅不肯听程得胜讲解人寿保险的具体情况，而且将他骂了个狗血淋头，还劝程得胜倒不如老老实实地工作，这么沿街销售，有失尊严，给家里人丢脸。

在谈话中，这位亲戚不知是故意还是大意，竟将程得胜的名片从桌面上扫落到了地上。

程得胜这般受人奚落，心中实在有点气。

告别了这位亲戚，他走到附近学校的球场呆坐着，面对着偌大的球场，他不停地想，到底自己是否转对了行。

他本来有一份稳定的工作，可是在不甘平庸度过一生的信念的驱使下，毅然转行做了销售工作，先是软件销售，再是保险销售，今天被亲戚责骂，心中实在有气。

在球场的观众席上，程得胜呆坐了近两个小时。

终于，他作出决定，认为自己是文职人士，应该转回相对稳定的工作，销售这种工作不适合自己的性格。但当他走出球场，放眼一望，却改变了日后的一生。

他心中在狂叫，向自己发誓，一定要把销售做好，不能因为那位亲戚的奚落而转行，到底是什么东西令程得胜突然转变的呢？

原来在球场入口的地方聚集了一大群人，他们或坐或蹲，或者互相围在一起观看下棋，或者醉卧在地上。这些聚在门口的人，大多是老人家。

程得胜看了他们一眼，心中突然转了一个念头：“且慢！如果我今日因为被亲戚的冷水所泼而放弃了，我可能也会像这群老人家一样，在球场门口站站蹲蹲，无聊地过完一生。”

他暗暗发誓，绝不能因亲戚的一番责骂而放弃，人生是输不得的。于是，他抖擞起精神，再次挑战自己，发誓一定要成功。

一年后，程得胜果然成为一名成功的销售员。

又过了几年，一次在一个亲戚的婚宴上，程得胜再次碰上了曾经抛掉他名片的亲戚。这位亲戚本来不愿意和程见面的，但亲友圈子小，还是避无可避地聚在了一桌上。

这位亲戚也从亲友口中得悉，程早已出人头地，有了家自己的公司，今非昔比了。

但这位亲戚的近况呢？程却不知道。两人闲话一扯，才知道这位亲戚辞了厨房总管工作，之后又换了几份工作，现在在一幢写字楼内担任保洁员。

程得胜心里想，还好，当年没有被他的冷水所泼而放弃。否则，今日堂堂一名企业总裁，几乎葬送在一个大厦保洁员手上。

很多人失败，是被旁人的说话所害。所以，做生意的原则是：不能跟没有志向的人聚在一起。

一、敢于承认自己的恐惧

你是否遇到这种情况：当你满怀热情地去拜访客户时，到了客户门口却怎么也不敢抬头敲客户的门。为什么不敢？因为你恐惧，你担心，你怕被客户拒绝。

妨碍销售员的第一大阻力就是对拜访的恐惧心理，许多销售员都害怕遭到客户的拒绝。正是因为这种恐惧，所以导致了绝大多数销售员害怕拜访陌生的客户。大多数销售员之所以失败，原因就在于他们放弃了对客户进行拜访，他们对自己的恐惧心理表示了屈服。他们害怕被拒绝，正是由于缺乏勇气所导致的恐惧而使得许多销售员不敢和大人物交谈，不敢见老板。

其实，如果你承认自己的恐惧，说不定还会收到意想不到的效果。在2007年1月1日，我在北京海军礼堂参加了第七届学习型中国世纪论坛，全国有几千名讲师争夺冠军亚军。其中有一名讲师，不知道什么原因，他上台的时候紧张了，不知道该说什么，最后他说：“为了今天，我准备了25年，可是这25年的努力在我上台的这一刻全部化为乌有，因为我紧张了。”他说完这句话后，全场都给予他鼓励的掌声。

事实上，承认恐惧并不是什么不光彩的事，只有不去努力克服恐惧才是丢脸的。所以无论你对一个人还是成百上千的人，或者是去见什么大人物，一旦发现自己感到恐惧的话，请记住这么简单的一句话：当你感到恐惧的时候，要敢于承认。

除了承认自己的恐惧外，有没有别的办法能有效地帮助销售员克服恐惧感呢？让我们来看下面的例子，它对你会有所帮助的。

一位叫陈伟的销售员，在前三次拜访李律师时，非常紧张和不安。但是在一次偶然的机下，他克服了这种恐惧心理。他回忆说：

后来有一天，我坐在他的办公室里，等着和他进行最后一次会谈。这时，她的太太来了并坐了下来。

我和李太太随意聊了两三分钟以后，李太太说：“春天的阳光真是太好了。”

“是的。”我回答。

“天气这么好，”她接着说，“我应该把我丈夫的睡衣挂到阳台上晒一下的。我丈夫的睡衣已经有两块补丁了，可是他舍不得扔，一直穿着，因为那是我婆婆给他买的。”

当她说这些话时，我突然联想到这位正气凛然大律师竟然穿着一件带补丁的睡衣在家里走来走去，这实在是一件很不可思议的事情。我甚至想到他穿着睡衣坐在办公室里办公的情景。我越想象那种情形，就越不感到恐惧了。从那天起，我以前接近他时所产生的那种恐惧心理突然消失不见了。这给我上了很有价值的一课，以后我拜访客户时再也没有恐惧过。

以后，我开始想象我看到了所有的客户穿着带补丁的睡衣坐在办公室里办公的情景。结果，我的销售成绩竟然在两个月之内迅速提高，我也在这年年底成为我们公司的销售冠军，得到了额外的奖金。

你觉得这个故事对你有帮助吗？不妨设想一个让你觉得恐惧的客户或潜在客户，这个人很难拜访。请想象这个人穿着睡衣在办公室的情景，这时，你也许就不会再对他心存恐惧了。

反复进行几次这种想象，看看你是否减少了一些对他们的恐惧。

如果你内心感到恐惧，不妨诚恳地向你的客户表达出来；或者想象一下对方滑稽有趣的事情，以减轻自己的恐惧心理。

二、养成良好的工作习惯

下面几种工作习惯是经过实际检验被证明行之有效的良好习惯，如果每个销售员都能够以这些良好的习惯来指导自己的销售，将有助于销售的成交，并获得更加出色的销售业绩。

- (1) 收拾整齐桌子，只留下急需处理的问题。
- (2) 根据事情的重要程度来安排先后顺序。
- (3) 当机立断，遇事不要犹豫不决。
- (4) 学会自我组织和自我管理。
- (5) 锲而不舍地练习。

生活中最大的乐趣来自于干一番事业，并尽量使自己干得更好。如果你在自我组织和自我管理方面出现了问题，要想让你提高思考能力并有序地工作，解决问题的方法只有一个，那就是多花一点时间来制订计划。抽出一周中的某一天，作为自我调整日。成功的秘诀，就在于一定要有充足的时间来制订计划，而不要总是忙得焦头烂额。

三、运用自我暗示的力量

著名乒乓球运动员邓亚萍曾经这样说过：“我常常在不断科学训练的时候，充分调试自己对自己的信任度，一次又一次，结合着科学的训练，我变得越来越自信起来。”

销售高手都不会认为销售只是单纯的幸运与不幸的问题，但很多初踏入这一行业的新手或业绩处于瓶颈的销售员，却经常有“今天真倒霉”或者“运气真差”之类的抱怨。有位销售员每次都数楼梯的数目，若为奇数就前进去拜访客户，若为偶数就选择另一条路。因为他认为选择奇数路线后，即使被十几家拒绝，那只是幸运之神尚未降临，若是不灰心，继续努力，好运总会到来。

其实，这可以说是一种“自我暗示”，因为他执意将奇数视为呼唤幸运的征兆，遇到挫折也不消减销售的干劲。在这种强烈意志的支持下，还有什么事能难得倒有志者呢？

再说，销售工作本就是坎坷难行，有什么困难，别人没办法帮你，一切都得靠自己去克服。彷徨无助时，若能有自己相信的幸运征兆出现，自然能涌现出无比的勇气去渡过难关。

相信才能做到，自信才能成功。

销售是个在被拒绝中成长和前进的职业，常常需要我们告诉自己：摒弃不可能，把不可能变为可能。

四、运用冥想的技巧

如果你不断地想象自己达成目标时的情景，潜意识就会引导你达成那些效果。

有这样一个故事：

有个人被关在监狱里，几年的时间里，他每天都冥想自己打棒球的动作和进球的情景。几年后，当他出监狱后，第一次打棒球，他就得了第一。当别人表示惊奇和赞许时，他只淡淡地说：“这是几年来最差的一次。”

可见冥想的力量是多么的强大。

销售其实就是一场心智的博弈。成功的销售员常常都是充满想象力和调整自己潜能的高手。

在很多场合，关于这个问题我和很多销售精英们有过交流，得出的结论是：几乎所有的一流销售高手都是善于运用“冥想”技能的！

值得注意的是，冥想不同于“臆想”，不是随便杜撰出来的。冥想是建立在事实和现状基础上的一种自我调试的方式，是一种健康的自我平衡的手段。

五、让自己与众不同

1. 对产品充满爱

对产品的态度会决定销售员业绩的高低。

销售员认可公司的同时，也应该认可公司的产品。

对产品的自信和对自我的自信是分不开的。如果销售员认可公司产品，那么在与客户的互动沟通之中，会有效地传达给客户这样充满自信的信息，从而能顺利地说服客户。

要做到对产品持有正确的态度，销售员需要在产品专业知识方面狠下工夫，了解产品具有的全部优点，了解产品符合客户需要的各种特点。找出客户的需求，并将客户的需求与产品的优点密切结合，说服客户进行购买。

成功的销售员能够不断地找出公司产品的众多优点，充分满足客户的需求。

产品就如同手中的枪，这是你用来攻城略地的必备武器！

2. 突出自己的产品

在一般情况下，市面上同一类商品往往不止一种品牌，常常是一类商品有几十种品牌，甚至上百种、上千种品牌，客户为什么一定买你的商品呢？你怎么说服他们买你的而不买别人的商品呢？

你要做的是，你必须让他们知道你的商品有何与众不同之处。

有家螺丝厂，生产技术和设备都属一流，产品的质量也远远超过市场上其他的同类产品。但由于生产成本低，产品售价要高出同类产品三成左右，这就给产品的销售带来了一定的难度。

这个厂的销售员走了不少弯路，吃了不少苦头。后来，终于有个销售员想出一个办法，他每到一个客户那里，就客气而又坚决地要求对方将该厂的产品和客户常用的其他厂家生产的螺丝同放在一盆盐水中，浸泡一会儿，然后再一同取出晾在一旁，并向客户说明，下周再来看结果。

过了一周，这位销售员再度登门，经过盐水浸泡的螺丝只有他销售的那种没有生锈，其余的都已锈迹斑斑。

这时，他不失时机地将本厂的生产技术和设备的先进之处、产品的优点以及产品价格为何高于其他同类产品的原因，向客户作了详细的介绍。

他又给客户算了一笔账：自己厂的螺丝价格虽然略高于同类产品，但由于质量过硬，折旧率低，最终还是合算的。特别是自己厂的螺丝质量非常好，使用安全可靠，这一优点是其他同类产品无法相比的。

经过实际试验和销售员的详细说明，几乎所有的用户都心服口服，自愿改用了该厂的螺丝。

兵法有云，知己知彼，方能百战百胜。销售员只有了解了竞争对手的产品特点，才能在销售战争中突出自己产品的优点，最终获得胜利。

3. 勤于学习

不管销售对象是谁，在什么场所，销售员都必须满怀信心地面对每一个客户，发挥你的潜力。你所遇到的客户的种种不满情况，都是你学习的材料。他们将使你成为更精明、更杰出的销售员，因此，你必须虚心而努力地学习。

“闭关自守”的销售员是不会成功的。所以，你首先应该向客户学习，从他们的不满和疑问中，从他们的交易习惯和方式中，从他们的言谈举止中，学习你认为有用的东西。

除了向客户学习，你还必须向别的销售员学习，学习他们的销售方法和在销售中运用的各种技巧。

你应该知道，不管你多么精明能干，在商场上，随时都会有人准备取代你，这些人也许比你更加精明、更加斗志昂扬，在销售上也可能比你更有法子。因此你必须加以注意，细心观察，从他们那里学习到你没有的技巧、方式、方法，从他们那里得到重要的启发，改进你自己的工作。

你应该知道，“山外有山，人外有人”，切不可自以为是，认为别人都不如自己，那你可就要吃大亏了。你要知道，这些人无时无刻不在想方设法地突破你过去的销售成绩，超越你的地位。这一事实，你必须牢记在心，不断鞭策自己虚心学习，加倍努力。

此外，你千万别忘了向你自己学习，向你自己的成功学习宝贵的经验，向你自己的失败学习不可多得的教训。

你可以将你所经历的最富代表性的销售事件记录成一个销售案例，对它加以研究，你会发现很多有用的东西。

你可以经常将你已经完成的某个销售事件拿来，放在脑子中，从前到后过一遍，保留令你满意的细节，将你觉得不满意的地方加以修改，使整个事件趋向完美。

你还可以用一个案例作为蓝本，变化各种条件，制订不同的销售策略，这种“纸上谈兵”的办法有时也能达到意想不到的效果。

这就如同参加考试一样，你首先应该复习，在复习中把各种可能的情况都尽量考虑到，那样到考试时才能得心应手。而对于销售来讲，面对真正的客户就是一场考试，学习各种知识，就是这场考试之前复习，复习得好才能考得好。

4. 反应要快

为了提高成交率，你的反应必须非常迅速，对于任何问题，都必须了解其要领及重点，必须要多方研究和学习。这样获得的知识，更有助于你应对客户。

拥有多方面的知识，可丰富交谈的话题，让彼此心情愉快。这种共识的基础，可以成为客户和销售员之间成交的跳板。

为了了解各种客户的心理，你应该学习心理学；你还可以从公共关系学中汲取与人交往的知识和技巧；你还应该在社会学的范畴内，研究人的行为模式、习惯以及不同年龄反映在性格上的差异……你应该使自己成为一个知识全面的销售员，这会使你在销售时，在各种场合下，遇到各种客户都能自信、从容地应对，胸有成竹地签单。

《培养你的销售状元》 第二部分

不管哪一行业的销售员都有其共通性，即皆以准客户的多寡来决定业绩的好坏。其中准客户的优劣又往往和市场开拓有关，因此具备“选人”的眼光，也是成为一流销售员的条件之一。

选错对象，你的销售将不堪设想

第二章

客源决定业绩

第一节选错对象，你的销售将不堪设想

不管哪一行业的销售员都有其共通性，即皆以准客户的多寡来决定业绩的好坏。其中准客户的优劣又往往和市场开拓有关，因此具备“选人”的眼光，也是成为一流销售员的条件之一。

许多销售员在寻找客户时，可以说是大费周折，所以他们多半不肯将辛苦所得的资料公开发表。

在这种情况下，要想开拓市场，必须从两方面着手，一是企业，二是个人。

一、掌握客户信息

开拓企业方面的市场，必须先掌握与企业相关的情报，这些情报可从公司内部刊物与非上市公司一览表中获得，而其他行号名册、内部报纸、分类广告等也往往是市场情报来源。

至于个人市场的选择，常因销售员个人的喜好而有所分别，但是基本的资料搜集仍不可免，如同学录、毕业生或新生名册、同乡会名册、教职员通讯录，以及其他正式、非正式的名单，都是可用的对象。

几乎每一位销售员都懂得利用这条途径销售，因此也就成为各公司的基本销售法。

方法虽然一致，但巧妙各自不同。

二、选择正确的销售模式

现在来看看销售时市场与商品之间的相互关系。

商品可以分为传统商品与新上市商品，市场则可分为老市场与新市场。

如果以商品为中心来看，有传统商品在传统市场或新市场贩卖，以及新商品引进传统市场或开发新市场等四种销售模式。

你只要思考选择一种模式去销售，就能打开销售大门。

假使你是因选择在传统市场出售传统商品而陷入苦战的，则只要去开拓新市场，问题便可解决：

一位大英百科全书销售员研究出一套新市场开拓法。他认为英文百科全书不能只限制在懂英语的客户层，应下降到正在学校学英语的客户层里。这种想法突破了原有的市场限制，而把范围大幅度地扩展开来。

与学习英文最密不可分的应该算是学生了，所以他把目标设定在一般中小学学生，在中小学、幼儿园中作推广，结果十分成功，大英百科全书的销售数量因此而创下惊人纪录。

以学生为销售对象，可以说是抓住了中国人的英语情结，以及父母对子女求好心切的教育心理。但销售之前，他可能还是没把握能成功，毕竟百科全书对小孩子来说，深奥了点，尤其对象是幼儿园的儿童时，销售员恐怕连想都不敢想。

三、客户是无处不在的

销售员本身能开拓的新市场有哪些呢？

假设你是保险销售员，以公寓、大厦为市场时，不妨先为自己拟订一份“销售市场”一览表，将可能成为客户的对象一一标出，并锁定新住户及新婚夫妇。等这些工作完成以后，再把与产品有关的信息提供给对方，配合对方需求作进一步说明。

当然，以养育幼儿类的保险作为销售重点，也不失为一个好方法。开始时，你可以先搜集有关游乐场、幼儿园的信息，与客户接触时，再逐一提供给对方。由于这种作法迎合父母的爱子之情，所以比较容易说服对方签约，而你也会成为一位可靠又受欢迎的保险销售员。

总之，新市场存在于任何角落，即使是毫无生产能力的婴儿，也是值得你下工夫的对象。客户可以说无处不在。

一般销售教材、手册时，销售员往往按达成交易的可能性将客户分为A、B、C三种，分别是老客户、准客户、潜在客户，依照不同的等级来决定拜访的次数。

这种说法理论上固然正确，但却与现实不符。像公司对公司之间的销售或者是巡回销售，就很难将客户划分得泾渭分明。再比如将产品销售对象锁定在家庭主妇这一个层面，可是也不见得购买产品的一定是家庭主妇。若是先将客户群划分得死死的，要想跻身销售高手之林恐怕困难重重。

在很多销售书籍中常记载着许许多多成功的案例，有的是在乘公交车时向前座的乘客销售；有的是向载自己的出租车司机销售；有的销售员到商店拜访，见店里生意太好，老板忙不过来，临时充当店员帮忙招呼客人，几次下来，不但赢得老板万分的感谢，也为自己赢得了一纸合约。

不论你在哪里，面对的是什么人，都要有着“我一定要签下合约”的信念，这样才有可能交出漂亮的业绩成绩单。万万不可怀有先入为主的观念，“我这种商品只能卖给家庭主妇”，到头来，销售的路越走越窄，真的就只在这一个自我限定的某些特定人选上，这么做只会使自己的销售业绩一路下滑。

客户是无处不在的，不论是巡回销售，公司对公司间的销售，这种观念永远是共通的、不落伍的。乘坐公交车时何不试着和邻座乘客多聊聊天，说不定他就是你未来的准客户。

四、触动客户的神经

在一则用草药酿的酒的广告上，刊登着两幅照片。

一幅是因患肠胃病而消瘦的男子，在未饮此酒前的照片；另一幅是同一位男子饮用此酒之后精神饱满，身体强壮的照片。

它无言地告诉人们：“您若服用此酒，也会如此精神饱满、身体强壮。”

再看一件日常生活中的事例。

百货公司餐厅门口的橱窗内，陈列着菜肴样品，精致得使人怀疑自己的眼睛，“这是不是蜡制工艺品？”它激起了客户的食欲，仿佛在说：“您付款吧，马上就能尝到美味佳肴了。”

酒的广告，餐厅橱窗里的样品，两者都是以具体的形式取得了让人们多看几眼的效果。

俗话说：“耳听为虚，眼见为实。”光用嘴是不能真正说明商品好坏的。

为了做到这一点，应印制用于订货的商品目录、价格表、公司的历史等，可以以此作为销售工具。

亲近客户，销售就是做人

第二节亲近客户，销售就是做人

一个杰出的销售员，不但是一个好的调查员，还必须是一个优秀的新闻记者。在与准客户见面之前，对准客户的基本情况要有一定的了解，以便在见面时，能够流利地述说准客户的职业、子女、家庭状况，甚至他本人的故事。由于句句逼真亲切，才能很快拉近彼此的距离。

销售是一门深奥的学问，它是综合了市场学、心理学、口才学、表演学等知识的一种艺术工作。

使用双手的是劳工；使用双手与头脑的是舵手；使用双手、头脑与心灵的是艺术家；只有使用双手、头脑、心灵再加上双腿的才是销售员。

一、用心灵与客户沟通

用心灵与客户沟通，意味着要意识到客户就像我们每个人一样，他们有自己的工作上的欢乐、家庭中的琐事和对金钱的忧虑等问题。

当我去拜访一个三十多岁的女老板时，对方那副拒人千里之外的态度简直令人窒息。

可是，当我用心去称赞她电脑桌面上那个可爱的男孩时，她洋溢出来的骄傲和母性的魅力光辉让我惊讶。她滔滔不绝地叙述着她的儿子给她带来的快乐，于是，我成了一个友好而真诚的倾听者。

在这个时刻，生意是不存在的，只有我们对家庭和生活的分享。

那么，等待我的结果是什么呢？

相信每一个销售精英们都遇到过这样的客户，那是一场人与人之间的平等对话，没有职业差别，没有职位差别，最后的结果却是长期的双赢合作。

客户是一个平常人，他也许有房租要付，有贷款要还，有子女要抚养，有父母要供养，他是一个与你一样，生活有难处的人，所以一定要记得用心灵去和客户进行沟通。

二、知己知彼，百卖不殆

一个销售员对于准客户的调查，不必考虑太多，也不可犹豫不决。机会稍纵即逝，所以必须立即行动，紧迫盯人，咬住不放。只有不断寻找机会的人，才能够及时把握住机会。

一个杰出的销售员，不但是一个好的调查员，还必须是一个优秀的新闻记者。在与准客户见面之前，对准客户的基本情况要有一定的了解，以便在见面时，能够流利地述说准客户的职业、子女、家庭状况，甚至他本人的故事。由于句句逼真亲切，才能很快拉近彼此的距离。

所以，在与准客户见面之前，要把对方调查清楚。销售成功与否与事先调查工作的好坏成正比。

一位销售员急匆匆地走进一家公司，找到老总办公室，敲门后进屋。下面是他和老总间的一段对话。

“您好，张总。我叫××，是××公司的销售员。”

“我姓赵，不姓张！”

亲近客户，销售就是做人(1)

作者：王如强

出版社：机械工业出版社

第二节亲近客户，销售就是做人

一个杰出的销售员，不但是一个好的调查员，还必须是一个优秀的新闻记者。在与准客户见面之前，对准客户的基本情况要有一定的了解，以便在见面时，能够流利地述说准客户的职业、子女、家庭状况，甚至他本人的故事。由于句句逼真亲切，才能很快拉近彼此的距离。

销售是一门深奥的学问，它是综合了市场学、心理学、口才学、表演学等知识的一种艺术工作。

使用双手的是劳工；使用双手与头脑的是舵手；使用双手、头脑与心灵的是艺术家；只有使用双手、头脑、心灵再加上双腿的才是销售员。

一、用心灵与客户沟通

用心灵与客户沟通，意味着要意识到客户就像我们每个人一样，他们有自己的工作、欢乐、家庭中的琐事和对金钱的忧虑等问题。

当我去拜访一个三十多岁的女老板时，对方那副拒人千里之外的态度简直令人窒息。

可是，当我用心去称赞她电脑桌面上那个可爱的男孩时，她洋溢出来的骄傲和母性的魅力光辉让我惊讶。她滔滔不绝地叙述着她的儿子给她带来的快乐，于是，我成了一个友好而真诚的倾听者。

在这个时刻，生意是不存在的，只有我们对家庭和生活的分享。

那么，等待我的结果是什么呢？

相信每一个销售精英们都遇到过这样的客户，那是一场人与人之间的平等对话，没有职业差别，没有职位差别，最后的结果却是长期的双赢合作。

客户是一个平常人，他也许有房租要付，有贷款要还，有子女要抚养，有父母要供养，他是一个与你一样，生活有难处的人，所以一定要记得用心灵去和客户进行沟通。

二、知己知彼，百卖不殆

一个销售员对于准客户的调查，不必考虑太多，也不可犹豫不决。机会稍纵即逝，所以必须立即行动，紧追盯人，咬住不放。只有不断寻找机会的人，才能够及时把握住机会。

一个杰出的销售员，不但是一名好的调查员，还必须是一个优秀的新闻记者。在与准客户见面之前，对准客户的基本情况要有一定的了解，以便在见面时，能够流利地述说准客户的职业、子女、家庭状况，甚至他本人的故事。由于句句逼真亲切，才能很快拉近彼此的距离。

所以，在与准客户见面之前，要把对方调查清楚。销售成功与否与事先调查工作的好坏成正比。

一位销售员急匆匆地走进一家公司，找到老总办公室，敲门后进屋。下面是他和老总间的一段对话。

“您好，张总。我叫××，是××公司的销售员。”

“我姓赵，不姓张！”

A公司的主要竞争对手之一是B公司。有一天，A公司一位销售代表，到一家当时已经在使用B公司产品的公司，去拜访负责采购的公司副总经理。一见面，他开口就说：“总经理先生，你们采购B公司产品，肯定在下面这些方面不太顺畅吧？……是不是在下面这些方面不太好啊……”

如果你在现场，你一定会很切实地观察到那个副总经理的表情：难看，更难堪！

那个副总经理只说了句：“你把资料放这儿我们看看吧。”

他就被打发了出来。

亲爱的朋友，你认为他还有机会吗？

他都做了些什么啊？

如果我是那个客户，一定会想：“你这个人在否定我，否定我做的事情和我的选择、判断能力，你一点都不尊重我！”

在这样的情绪对抗下，双方还怎么可能发生交易和合作！

人需要被人肯定，需要被尊重。

既然客户是需要被认同的，那么就需要问一下客户，以前的采购哪里是比较满意的？

至于为什么问这个问题，道理很简单。这个问题会让客户觉得自己是对的，是有眼光的。在他回答后，我们还需要给他一个肯定和认可的回应。这样的话，他就更会觉得遇到知己了，即使他也知道以前是有失误的。

五、做好客户管理

所谓“塞翁失马，焉知非福”，意思是说人生的幸与不幸，不能光凭一时就下定论。因为噩运之后，常常跟着好运气；好运气背后，又常常有坏运气在打转。

销售工作也有类似的情形，不会永远顺利或不顺利。因此，业绩好时，不能得意忘形；业绩不好时，不要太过悲观。应该让自己的心情始终保持平静状态，冷静地去思考下一步要怎么走。

通常业绩无法突破的原因是没有开发准客户。

这点，新手多半能注意到。

可是有些老销售员却常常忽略这件事，因为他们只看到眼前的利益，而忘记这些利益是如何辛苦获得的。

销售员除了要做好客户管理工作之外，还要把时间分配在开发新客户与培养准客户上，如果只把重心放在眼前的事务上，结果业绩会一落千丈。勤于眼前的事务，对目前的业绩也许有好处，但以长期来看，是弊多于利的。因此，不管工作有多忙，都要拿出一部分时间会见准客户，让新旧事务交替运作。

总之，当你工作很闲，业绩不上不下的时候，一定要强迫自己回到起点，把全部精神用在开发新客户上，相信很快就能挽回颓势。销售员一旦回到起点，就等于重新投入现场销售，只要发挥过去那种干劲，一定可以突破低潮的。

准客户卡是销售作战的最重要资料，所以都被视之为“极机密”的档案。可是这么重要的资料，常因处理方式的好坏，而成为无价的瑰宝，或者一无用处的废纸。

某位销售员在某汽车销售公司，前后整整工作了 20 年。

他平均每个月用 1000 张名片，50 年下来，他累积的准客户已达 2.8 万个以上。他把这些准客户依照成交的可能性，从 A 到 F 分级归类，建立了准客户卡。

“A”级是在购买边缘的准客户。这一级的准客户，只要经他劝说，随时都可能掏钱买车。

一个准客户要从“F”级晋升到“A”级，虽然偶尔也有只见过一次面，在他充分的事先调查工作后，一步晋升的；但大多数都是历经数月或数年，一级一级爬升上来的。

“B”级是因某种因素而不能立刻购买的准客户。但是这一级的准客户，只要稍待时日，都会晋升至“A”级。

“C”级的准客户与“A”级的相同，原本都属随时会购买的准客户，但因信誉上的关系，目前被公司拒绝分期付款。

“D”级的准客户付首付没有问题，不过经济状况不太稳定。由于汽车贷款需长期缴纳，若收入不稳定，要长期支付就成问题了。这类准客户则有待他们的经济状况改善后再行动。

总而言之，从“A”到“D”级的准客户的共同点是，对汽车性能有充分的了解，他们也都有买车的需要和意愿。该销售员只不过就彼此间的不同点，加以分门别类，以便于自己的分析与辨认。

这位销售员从事了 20 年的汽车销售工作，从来不勉强准客户购买。如果忽视了这一点，而用种种软硬兼施的方法，勉强准客户购买的话，将会产生许多如中途解约的后遗症，这是得不偿失的。

身为汽车销售员，最高兴的事莫过于准客户主动说：“你好！你来得正好，我左思右想，还是决定购买汽车了。”

设法使准客户对汽车的相关性能和价格有正确认识之后，再诱导他们自发前来购买，这是汽车销售员的任务。

“E”级的准客户对销售的汽车的认识还不够，销售员与准客户之间还有一段距离。这表示销售员的努力不够，还必须再下工夫进行深入调查。

“F”级的准客户包括两种：第一种是在一年之内很难升级者，第二种是仅止于调查阶段。

针对第一种“F”级准客户，需要根据实际状况，再作调查，或继续拜访，以求能逐渐晋升等级。

至于第二种“F”级准客户，他们可能很富有，但由于还在进行调查阶段，所以尚未正式访问。这些人很可能在面谈之后，立即晋升至“A”级。

上述“A”至“F”级的准客户，不论哪一级，只要该汽车销售员与他们一有接触，就立即把资料详细记在准客户卡上。诸如：

与准客户交往的情况：时间、地点、谈话内容、感想等。

若不能晤面，把原因详细记下。

自己为准客户所做的服务工作。

自己对这次访问的意见。

该销售员通常会根据这些准客户卡上的记录，回想当时交谈的情形与对方的反应，然后边想边反省，并做下列两件事：

（1）检讨准客户的内容，加以修正或补充。

（2）改变自己的姿态，以便于更能接近准客户。

从准客户卡上，不但要看到准客户的全部情况，也要看出自己在这次销售中的全部记录，然后反省、检讨、修正，再拟订出下一次的销售策略。

除了上述的“A”至“F”级的准客户之外，还有该销售员自己都无法掌握其未来动向的准客户。他本打算将这些准客户归入“F”级，但因为自己的努力不够，或是他们的条件不符，致使无法把他们归类到“A”至“F”级上。

这位销售员把这些无法归类的准客户的资料整理成一堆，暂时束之高阁，等待时机。不过，每逢闲暇时刻，他会取出这些准客户卡，一一仔细重新检查，看看过去的做法是否有遗漏或疏忽之处，以便给这些卡片新生命。

有效掌握拓展客源的途径(1)

作者：王如强

出版社：机械工业出版社

第三节有效掌握拓展客源的途径

除了本公司内的资源以外，在公司外还有很多资源可以用来寻找潜在客户。选择何种方式取决于你所销售的商品或服务。

你所在的公司拥有的资源是最容易使用的资源，而且它肯定能为你提供帮助。

专业销售员应充分利用公司内部的各种对搜寻客源有帮助的信息、人员和手段。

公司内部可利用的信息、人员和手段主要有以下几个方面：

一、财务部门

公司的财务部门能帮你找到那些现在不再从公司买东西的从前的客户。

如果你能确定他们不再购买的原因，那么就有机会重新赢得他们。

这些潜在客户熟悉你提供的商品或服务，而且公司的财务部门对其信用也表示认可。

另外，公司的财务部门可能还有与这些潜在客户签订合同的各种记录。现在正是利用这一资源的大好机会。

二、服务部门

公司服务部门的人员能向你提供新的潜在客户的信息。

因为他们经常与从公司购买产品并需要维护或维修的客户进行接触，因此，他们更容易识别出哪些客户需要新的产品。

专业销售员要学会鼓励服务部门的人员提供有关潜在客户的信息，并且当在他们帮助下销售成功时，要给予他们一定的回报。

最后，别忘了与非竞争对手企业的服务部门的人员进行合作。

钱某是一名杰出的医药器材销售员，公司内的其他销售员非常奇怪为什么那么多客户来了以后直接找他订货。

钱某之所以有这么多的客户，是因为他与公司的服务部门保持着良好的关系。每当器材修理师发现有寿命快到期的器材，而且买主有买器材的意愿时，他们便把这一信息告诉钱某。然后钱某就打电话给这名买主，并许诺如果从他这里买器材，他会提供最大的优惠。

当销售成功时，钱某就从佣金中分一部分给器材修理师。

三、公司广告

很多公司订单增加是因为他们做了大量电视和广播广告，或是在报纸杂志上做了大量宣传，要么就是在特定区域内寄送了大量优惠卡。

人们对这些措施的反应值得我们注意了。他们会有什么样的反应，他们为什么会有这些反应，这都是我们销售员需要观察和注意的。凡是有这样那样反应的客户，都是我们的活跃型的潜在客户。

抓住广告给我们带来的这些客户，无疑对我们的销售是有好处的。

四、展销会

每年要有成千上万次展销会举行，有汽车展销、旅游用品展销、家具展销、电脑展销、服装展销、家庭用品展销等，名目繁多。公司要记下每个到展销柜台的参观者的姓名、地址和其他有关信息，然后把这些信息交给销售员，以便他们进行跟踪联系。

公司一定要迅速找到并吸引这些潜在客户，因为展销会上的其他公司同样会对这些潜在客户感兴趣。

所以一定要争取先拥有他们。

五、电话和邮寄导购

很多公司寄出大量的回复卡片，或是雇人进行电话导购联系。

用这一方法可以获得大量潜在客户。而且，几乎所有的公司都可以用这一方法吸引感兴趣的潜在客户。

因此，要努力使你能通过应用这一方法获得好处。

六、游说兜售

虽然公司及外部资源会提供给你很多潜在客户的信息，但是，所有的销售员还必须要依靠个人的积极性，努力培养潜在客户。游说兜售是一种行之有效的方法，这种技巧的主要依据是概率原则。

你如果拜访了相当数量的家庭和商户，那么肯定会从其中发现一些潜在客户。

游说兜售可以通过上门销售的方式进行。如果拜访了很多的家庭，那么你肯定会销售出几件产品。很多产品和服务，例如大英百科全书、化妆品、家庭日用品、保险等，都可以用这种方式推进销售。游说兜售也可以用于商家与商家之间的销售。例如，汽车生产厂家的销售员通过拜访某一特定地区的所有汽车经销商也可以创造良好的销售业绩。

游说兜售还可以通过电话或邮寄方式来进行，但是它不如面对面的接触更为有效。如房地产的销售员可以通过给在某个特定地区的所有住户打电话或寄信，来询问他们是否对买房或卖房感兴趣。

游说兜售适用于有流行趋势的产品或服务的销售。当然，这种方式也有一些弊端，它由于接触了大量客户，结果不可避免地浪费了很多时间。不过，通过销售员的慎重选择，销售的成功率是可以提高的。例如百科全书的销售员可以不必对每家每户进行销售，只需选择有小孩的家庭进行集中销售即可。

七、侦察员

销售员可以利用所谓的“侦察员”来获得有关潜在客户的信息。

侦察员可以有多种来源：他们可以是家庭主妇或是退休人员，利用闲暇时间来为销售员打电话；他们也可以是学生，利用课余时间上门销售。

任何可以被利用来发现潜在客户的人都可以被称为侦察员。

汽车销售经纪人可以向汽车保险销售商提供潜在客户的名单；房屋装修人员可以向搬家公司提供潜在客户的名单。利用侦察员可以节省时间并提高销售员销售的成功率。当销售完成时，可以给侦察员以佣金报酬。

八、朋友或熟人

潜在客户有时也许就你身边，不要忽视你的朋友或熟人。

如同其他人一样，你的朋友对各种产品和服务也有相当广泛的需求。

人寿保险公司通常要求其新职员从他们身边的熟人开始做起。这种方式对于很多其他的产品和服务也比较适用，例如房地产、旅游和安全保险等。

九、当前客户

公司的其他部门可能正在向你不知道的一些客户进行销售。

你可以从这些部门获得客户目录清单以及与这些客户有关的有价值信息。这些目录清单里可能有一些你以前忽略掉的潜在客户。

由于这些客户是你公司的老主顾，所以非常有理由相信他们会对你提供的产品或服务感兴趣。

十、个人的机敏

寻找潜在客户的手段有很多种，但是，没有任何一种东西能够代替销售员自己对自身周围的机会的敏感。支起你的耳朵，睁大你的眼睛，你将发现潜在的客户。

有些销售员对自身周围的每一个机会都十分敏感，而有些销售员对撞到身上的机会都视而不见。

有时在随意的闲聊中所获得的信息也是很重要的商业机会；新闻报道中也许有很多线索；招聘新员工的广告意味着某个企业的业务扩展；节日也会提供销售机会；有时，天气的变化也会刺激人们购买某些产品的欲望。

销售员应时刻注意并充分利用这些机会。

十一、打字行

在大多数的城市里，打字行都是一个很特殊的行业，他们的业务量很大，可是一般大众根本不知道这个行业存在。

打字行的主要业务就是专门替广告公司、印刷出版商以及报社做打字的工作。每天你在广告中或是各类印刷物中所看到文字，十之八九都要经过打字行，才能出来。

另外他们也制作广告以及报纸副刊中所用的一些特殊图片等。

总之，这是一个非常特殊的行业，他们跟很多广告公司，或是大公司广告部的主管都有来往（一般百货公司以及一般性消费品公司都有广告部门）；另外打字行跟一些印刷厂也有密切的业务往来，因此随便一家打字行的老板手中都有几百个客户的名字可以告诉你。

总而言之，在今天的商业圈中，凡是跟文字有关的业务，都有可能跟打字行发生关联。

十二、其他销售员

其他非竞争公司的销售员经常可以提供有用的信息。

在与他们自己的客户接触时，他们可能会发现对你的产品感兴趣的客户。

如果你与其他销售员有“过硬”的关系，那么他们会把这些信息通知你。

所以销售员要注意培养这种关系，并在有机会时给他们提供同样的帮助。

十三、名录

目前市面上有很多带有姓名和地址的特殊目录或数据资料出售，你可以买到需要的名录。例如，你可以买到所有幼儿园的名称和地址的目录，全国所有水产养殖场的名称和地址的目录，以及所有汽车销售代理商的名称和地址的目录等等。

很多商业名录还将公司按照规模、地理位置和商业性质进行分类。

这些目录是你寻找新的潜在客户的一个绝好的出发点。包含公司管理人员姓名和地址、公司地址、财务数据及其相关产品的大型名录在大型的公共图书馆或大学图书馆中都可以找到。

像从名录手册中获取信息一样，我们现在也可以从电脑中获取信息。使用计算机数据库非常简单，一旦你进入系统，只要输入你想要查询信息的关键字即可得到有关数据和信息。

十四、社团组织

你的产品或服务是否只针对某一个特定社会团体，例如青年人、退休人员、银行家、广告商、零售商、律师或艺术家。

如果是这样，那么这些人可能属于某个俱乐部或社团组织。

因此，通过这些社团组织可能挖掘出更多的潜在客户。

十五、报纸和杂志

只需留意一下宣传印刷品，你就会发现许多潜在客户的线索。

报纸刊登的工厂或商店扩建的新闻对销售员会很有帮助；在商业杂志以及其他一些杂志上，你可以找到更多的商业机会。

专业杂志对于许多产品的销售员有重要意义，销售员应了解一下与本行业相关的杂志并从中寻找潜在客户的线索。

销售员为什么要接近客户\

第三章

拉近与客户的距离

第一节销售员为什么要接近客户

接近客户有三个目标：争取他的注意，引起他的兴趣，刺激他产生想进一步了解你所提建议的欲望，为顺利地转入洽谈准备条件。

只有当客户集中注意力听你说话，你才有可能做成买卖。

这个问题要比你预料得严重，因为客户经常处于繁杂事务的包围之中。他的脑子里可能还在想着别的令他头疼的问题。只要他的注意力被另外的事情分散着，你无论如何也不要急于谈生意。

在不少情况下，一个很忙的老总都会这样讲：“你尽管讲吧，我可以一边签署这些文件一边听你讲话。”

一个人在同一时间里只能做一件事。

他如果是在做别的事，就不可能听进去你讲的话，在你接近客户时必须首先争取到客户的注意力。

你在短时间内争取到了客户的注意，但如果他对你讲的话题不感兴趣，也会很快转移注意力。倘若你没有充足的理由吸引对方继续听下去，对方对你所提建议的兴趣就非常容易消失。客户会暗想：“他说的这些对我有什么好处？我有无必要将宝贵的时间继续用到他身上？”

接近客户时要善于创造条件让他感到有理由听下去。

告诉他，他将会获得哪些利益，你能为他解决什么问题，为什么说遇到了你会使他走运，以及你能帮他赚多少钱，等等。

接近客户的第三个任务往往是人们意料不到的，那就是把会见轻松顺利地引入生意洽谈。这种过渡应当处理得非常自然，让他基本上意识不到。

掏出手枪，顶住客户的脑袋，这可以瞬间吸引他的注意力，但你会发现，若以此为起点来转入洽谈那将是相当困难的。

应当把争取获得接见当成是一种销售活动。

其任务首先是使有权安排你获得接见的秘书产生一种乐于接受你的念头。毫无疑问，在使秘书产生这种念头时，销售员的神态是最为重要的。如果销售员看上去不容忽视，他被安排接见的机会就大得多。被接见时要稳重端庄、神采奕奕、目光炯炯，而不是鬼鬼祟祟，蹑手蹑脚。

你在等待客户接见时可以做些其他的事情，这样做可以帮助你保持镇定，因为等的时间长了你会觉得浪费了你在别处赚钱的时间而变得闷闷不乐。

一个销售员在接待室里等候了一个多小时之后心中自然会有几分恼怒，最后被叫进办公室时，即使他知道这种情绪若在客户面前表现出来会给会见带来完全不利的结果，他也很难掩饰自己的愤怒。

因此，在等候时最好为自己找点事干，可以给总部填写一份报告或者与其他销售员聊聊天，这比坐在那里越来越焦灼和气愤强得多。

有的销售员在等待被接见时会向接待员索取该公司的介绍材料来读，这样做不但能给接待员留下好印象，而且还有可能获取宝贵的信息。

现在，无论在哪家公司都会出现被传达秘书拒之门外而不得与老总相见的情况。

“事先约好了吗？”

“没有。”

那么你就无法和老总见面。

难道就没有应对秘书小姐的办法吗？你可以试试下列方法接近秘书小姐。

“我知道你的烦恼，你现在肯定正在因异性而烦恼，对不对？”

这样一来，秘书小姐可能会因惊奇而产生好感。“请您稍等！”说着马上会为你向老总禀报从而得以与老总相见。

你肯定诧异，怎么会这样？

其实这没有任何独到之处，如果结了婚还能干秘书工作吗？一般到这个年龄，说她因异性烦恼，当然可以猜个八九不离十。

女性一旦被培养为一种类型，她们会比男性更为忠实地信守，并保持它。

在工厂的流水作业线上，多数是女工在从事着重复、单一动作的操作。追根寻源，也正是由于具备这种素质，秘书小姐也不例外。出其不意，攻其不备的接近方法，使对方不能正确判断一瞬间发生的事。

当你要与某公司老总约见时，问秘书小姐“老总在吗？”如果给的是肯定回答，当然好了。当听到否定回答时，尽管你知道老总在，但秘书假称不在。这时，你可以表现出一副非常遗憾的神态，一边说：“真遗憾！”一边请她吃口香糖，还可恭维道：“这会使你美丽的声音变得更动听！”接着放下口香糖便很快离去。第二次若效果还是不好，仍旧可用“口香糖”战术。无论她愿意与否，都会使她产生好感的。不久，她必定会安排你与老总相见的。

现在，只需打声招呼，她便会微笑着让你自由通过，销售成绩自然会上升了。

接近客户的要诀

第二节接近客户的要诀

销售员经常有会见活动，如何在一次次的会见活动中制造“美好的瞬间”，如何有礼有节地和客户进行每一个动作的互动，如何让客户领略到职业销售的魅力所在，如何有效地达成合作，不可避免地成了需要我们经常探讨和学习的话题。

既讲究实在，又讲究艺术，才能够取得会见的最佳效果。

下面介绍一些接近客户的要诀。

一、问候时最好点名道姓

在一般对公司、商家的拜访中，销售员多半以自我介绍作为开场白，“抱歉打扰您，我是××公司的×××……”这样的开场白太过普通，很难让人有兴趣继续认真听下去，要想有不同凡响的效果，自然得使用不同凡响的销售手段，尤其开场白的作用更为重要，有时候不按牌理出牌常常会有意想不到的效果。最好是第一句话就能深深吸引住客户，接下来说明来意，促成合作就像顺水推舟一般省力。

我们该如何开始我们的第一句话呢？

迈进会客室的门，你的第一句话可能是：“您好，见到您很高兴。”但这却不如说：“王总，您好，见到您很高兴。”

后者比前者要热情得多，因为那一声“王总”是针对此时此刻的那个人的，而前者好像是面对全世界的。

从销售心理学角度来说，人们只会关心跟自己相关的事和物。

无疑，自己的姓氏必然是关心的内容之一。

二、不要急于出示随身带的资料、书信或礼物

只有在你提及这些东西，并已引起对方兴趣时，才是出示它们的最好时机。千万不要把自己降格成为“快递员”——随时准备让对方接受资料，签完字走人。

不要给对方出示任何还没有涉及或者对方还没有感兴趣的资料。

另外，你得事先准备好，当对方询问你所携带资料中的有关问题时，你应给予详细的解释和说明。

销售员乙经常骑着自行车出外做直接拜访。有一次他带着公司的几个新员工到住宅区开拓客户，途中经过一座桥正好在施工中。当时，跟在乙后头的新员工大喊道：“好危险哪！不要过去了！”乙却大声地回答：“没关系！我先过去，你们跟着过来！”说完一马当先地向前骑去，不料才骑到桥中央就失去平衡，连人带车一起滚到了河床上。

虽然没造成大祸，但自行车摔坏了，身体处处都是擦伤淤青，有的地方还流着血，连衣服也东一个破洞、西一个破洞。

等他爬上来后，那些新员工纷纷对他说：“今天运气不佳，还是回公司吧！”说完全都走光了。乙拖着剧痛脚走到桥附近一户人家去，见面就对来开门的太太说：“太太，我今天真倒霉，那座桥好危险哪！千万不要过那座桥。”接着又将自己从桥上滚落的经过对这位瞠目结舌、惊讶不已的妇人描述了一遍。

等他说完，妇人就问：“请问您是？”

这时候他才开始自我介绍。

由于之前那一席话早就将初次见面的陌生、隔阂消除得干干净净，因此，他几乎没怎么说服对方，便顺利签下一份合约书。

当时，他心想不论是不是苦肉计，此计大为可行，于是便如法炮制，在短短一天中成果丰硕。

三、若对方没请你坐下，你最好站着

无论对方是怎样的身份，你这样做，无疑是在表示尊重。等到对方请时再坐，能反映出你的涵养。

坐下后不应自己掏烟，如对方请你抽烟，你说：“谢谢。”

请记住，切莫把烟灰和火柴头弄到地板上，那是很不得体的。

四、主动开始谈话，珍惜会见时间

尽管对方已经了解了你的一些情况和来访目的，你仍有必要主动开口。卓越的销售必备的能力之一就是主动，你要始终让客户感觉到你是重视他的时间的。

你甚至会为耽误他的时间而感到难过和歉疚。

你可再次对某些问题进行强调和说明，即使对方已经知道。

客户是需要被不断确认和引导的，所以在很多的关键问题或者合作点上，你必须得时时提起并尝试着每一次都得到客户的确认。

五、保持相应的热情

在谈话时，你若对某一问题没有倾注足够的热情，那么，对方会马上失去谈这个问题的兴趣。

销售是情绪的转移和信心的传递。

客户是在体验中和你完成对话的，你需要保证你的情绪、想法和心态和客户有共振、共鸣和共识，只有这样客户才会同样倾注足够的热情。

销售从来都是一个“调情”的过程：你需要时刻调整，调节交流互动的气氛和客户的情绪，保持相应的热情，甚至需要你尽量地使客户发笑，以创造一个轻松的谈话氛围。

有时客户会说一些你无法接受甚至令你情绪失控的话语，你应该做的是：当愤怒难以抑制时，应提早结束会见。

愤怒会使你失去理解他人和控制自己的能力。

这样不仅无助于问题的解决，反而会把事情搞得更糟。

全国迷你型MBA职业经理双证班

认证系列：职业经理资格认证、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、企业培训师、酒店经理、市场总监、财务总监、营销策划师等认证。

颁发双证：通用高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含2年全套学籍档案）

证书说明：证书全国通用、国际互认、电子注册，是提干、求职、晋级、移民的有效依据

学习期限：3个月（允许工作经验丰富学员提前毕业） 收费标准：全部学费 **1280** 元

咨询电话：**13684609885** 0451-88723232 88342620 电子邮箱：xchy007@163.com

学校网站：www.mhjy.net 颁证单位：中国经济管理大学 承办单位：美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



职业经理 MBA 整套实战教程

千本好书 **免费** 下载网址 www.mhjy.net