

成为最佳销售的十个技巧

■ 温爽

公司组织新销售人员培训，请我去做个主题演讲。我总结了以下的十个建议，希望帮助销售人员早日成为企业、甚至是行业的翘楚。

1、建立名气

你要在你的区域里、在你的行业里、特别是在你现有的、潜在的客户群当中，让人家知道你。有很多种方法了解你的名气，其中一种检验方法就是在百度上、在 Google 上查你的中文名字，看看是否能够找到你的名字。如果找不到，那证明你名气不够。如果你找到了，但是在十页以后，那你名气也还是不够。因为很少有人会有耐心在网上翻阅十几页查询资料。做销售最痛苦的是什么？你去拜访客户，或者打电话，介绍完产品以后，客户很感动，也很吸引。你说有订单吗？客户回答说，对不起，上个月我们刚刚采购完。那你问，下次什么时候？可客户说，三年以后。但是如果你在行业内小有名气，客户在选择供应商的时候，一定不会少了你。

2、做充分准备

做任何销售行动之前，不管是打电话、不管是拜访、不管是发邮件，都要做一些家庭作业。你要了解你拜访哪家公司，他们生产什么产品，他们关注什么，我能给他带去什么价值，我给的东西对它有帮助吗？接触客户前要做大量的准备工作。如果有可能的话，你要列张清单，我要做哪方面的准备，因为不同行业的准备工作也不一样，你的客户是不一样，你接触的人是不一样。

3、寻找共同点

你要找到和客户共同点。你做了大量的准备工作，也了解了客户非常多的东西，但是如果你了解都是她节能的需求、成本的需求，这个虽然和我们有点儿关系，但我们的客户可能更多关心是安防、安全、防火、逃生。所以你要找一些资料和他相关的，或者和它所处的行业相关。比如1月6日20时30分，浦东新区沪南路2000号上海农产品中心批发市场发生严重火灾。火灾已造成5人死亡、14人受伤。想一想这场大火和我的客户有啥关系的？随着收入的上升、温饱问题的解决，越来越多的客户关心安全，生命和财产安全日益成为千家万户和政府机构共同关注的焦点。

4、提出问题

通过提问深入了解客户的需求。有些需求是客户知道的，有些需求是客户不知道的。销售人员的挑战是怎么去收集一些有见地的、富有激情的，而且让用户参与的问题，能够把它深层次需求找出来。不同的客户有不同的需求。比如我刚才讲的大火是一种需求，但是医院或者酒店的负责人可能会说，我们这从来没有发生过大火。但你想想看，如果发生大火，结果会怎么样。你再去看看它的建筑物，结合建筑物如果



发生大火的结果怎样，之后告诉他，如果死人了，这个问题会怎样？他可能知道，他可能不知道。另外许多企事业单位有一个需求，门禁考勤系统。你与客户介绍门禁系统的时候，他们可能说这和考勤没有关系。但是多问几个问题，很多单位都有考勤需求，特别是你拜访的企业有成百上千的员工。这些企业经常专门配置几个人事部门的员工在统计：今天几个人上班，几个人没有上班。算算这两个人值多少钱。英格索兰提供给这些客户性价比最划算的考勤系统。这个需求如果你不问他，他可能不知道。因为这是人事部门的事，与办公室或安保部门没有关系。通过多问问题可以发掘许多企业的这类需求。

5、寻找决策者

怎么能够找到关键决策者。其前提是你了解这个项目、这个工程、这个采购谁决策。否则你找了很多，仍不知道决策者的想法和要求。刚开始做销售的人，或者做过很多年的销售但是进入一个新的行业，都有可能不知道客户的决策的流程和谁来做决策。我自己做过销售，也带过销售团队，发现我们刚开始做销售的人都有一个痛苦的过程，你去谈一个项目，他说他会和他的主管谈，这个项目会与你签约。但是最后开标的结果出来了，他既不是采购你企业提供的产品和服务，也不是从你认为的最重要竞争对手的企业采购。因为销售人员对整个流程不了解，谁决策不知道，所以花了很长的时间，最后没有成功。我们做销售的要千方百计找到谁是决策者、见到决策者。

6、获得推荐

从现在开始，你要收集、要整理、要保管客户对你的推荐。因为你自己的公司多伟大，我们自己做的产品多好，这些固

然有一定的帮助，但是更为使人信服的是客户的推荐。如果你现在开始在做了，成交一个项目，就要收集一个客户的推荐。但是你获得客户推荐的前提是先要让客户满意。如果你成交了项目但让客户在产品的质量、交付、售后服务等方面不爽，他会给你写推荐吗？他不给你写投诉已经不错了。你成交一个订单，就要服务一个客户；服务一个客户就要确保一个客户的成功；成功一个客户，就要收集一份推荐。收集一份推荐，把他讲的、把他想的写下来，最好拍成视频。

7、扩展关系

不要只见客户当中的一个人或是两个人。决策者虽然非常重要，但是金额大一点的项目很多不是一个人决定的，而是通过招标由评标委员会决定。有时候它有两个评标委员会，一个负责技术的，另一个专管商务。所以你只见一个人或是见了两个人，但这个人只有一票，尽管他是很重要的一票。很多时候招标委员会有七票或是九票的，那如果你只有一个人，肯定不够。所以学会怎么能够和相关部门以及相关的人建立关系，毕竟我们项目，涉及到设计院、涉及到总包、涉及到装修、涉及到客户，总共有四个单位，每个单位还有几个部门，每个部门还有几个人。你如果只有一个、两个或是三个关系很好，他被你说服购买还不够的。所以销售需要学会怎么能够了解利益相关者，去和他们建立保持良好关系。

8、成为被信赖的朋友

刚开始做销售是推销我们的产品、我们的公司。随着时间的推演，销售人员要从客户的需求出发，推荐我们的解决方案、我们的服务，我们的设计，成为客户在某些方面可信赖的朋友，变成客户的顾问呢？我

自己曾尝到很多“甜头”的。1990年，我开始从事工程机械的销售。当时我主管是产品的出口。1992年起，国内许多进出口公司的业务员、甚至业务经理都会找我，寻求帮助。当时进出口公司的业务人员大都是学外语、外贸出身，不太懂机械。我学的是科技德语，更是在工作以后化了大量时间从总工程师和销售科长那里学习、了解了大量关于工程机械厂家、产品和应用的知识。我比较懂中国工程机械哪些厂家做什么产品，所以很多进出口公司拿到国外的一个招评标计划，如果是工程机械的，很多人都会来找我咨询这款挖掘机是什么地方生产、这款推土机是什么厂家制造、这款汽车吊什么地方生产。当时我负责的主要是压路机，因为我们公司当时只做压路机和打桩机，但是这个清单里面有很多其它产品，我就会告诉他们，这款机械找徐工的，这款机械找柳州的，这款机械找贵阳矿山的。但是清单中只要涉及压路机的，他们肯定会推荐我所在企业的产品。短短两年时间，我所在企业的工程机械出口就获得了五倍的增长。你们想想在销售上面，让一部分客户非找你不可，不管我们有没有产品，但他们都会找到你。

9、勤于总结

每次的销售经历，都是练习和成长的过程。

你要勤于记录和客户沟通的细节，见的是什么人，他们的喜好，关注的兴趣点，竞争对手是谁，竞争优势是什么？我们公司给大家提供了一个客户关系管理 CRM 的平台，就是帮助大家把每天收集的点滴信息记录下来，为你自己和团队打下坚实的客户信息基础。

10、坚定信念

最后一条也是最重要的一点，你一定对自己、对自己的产品、对自己的公司、对自己所在的团队有坚定信念。任何一个公司都有可以改进之处。苹果公司现在也有问题的，现在三星好像比苹果更牛一点，三星公司就没有问题？每个公司都有可改进的地方：如果这个公司的产品都没有问题，那销售人员就有担心了，因为这个企业不需要销售；如果产品没有问题的，那就不需要服务了。任何销售人员对自己所销售的产品和服务一定要有坚定的信念，而且这坚定的信念要传递给客户。我认为任何人都可以成为销售，不管是能言善辩的，还是精通技术的，还是拥有无底酒量的。但前提有两个：第一是你要相信自己、相信公司、相信产品、相信我们团队；第二个是态度，态度决定一切。我们要深刻了解到，客户需要的不仅仅是产品和服务，而是需要理解他们的境况，需要能够给他们提供可靠的、安全的解决方案，希望能够帮助他们的好朋友。

希望大家通过学习和应用上述十个技巧，实现在销售业绩的突飞猛进。

传统企业开拓网销渠道“三板斧”

■ 马山

如今，网络已经无处不在，特别是手机互联网普及之后，人们可以随时随地上网，而随之而来的网络消费力与日俱增。很多走传统渠道销售的老板感受到亚历山大，很多消费者都去网上买了，线下的店铺租金高、销售难，企业本身和经销商的盈利能力都在下降，传统企业也在寻求如何开拓网上渠道的捷径。

第一斧开设网络直营店

传统企业在开拓网销渠道最直接方便的办法就是开设网络直营店，其实在2008年的时候笔者已经提过网络经销商的提议给企业，当时企业怕影响传统渠道销售，迟疑不定。如今，网络已成大势所趋，不上网就会被别人灭掉，或者损失庞大的市场份额，现在也只能被动上网。

有的企业可能会说，我们也知道这个途径，但是企业现在没有这方面的人才，也没有网络营销团队，开直营店心有力不足啊。其实，很多企业面临这样的问题，不过没有关系，像小马识途这样的整合营销服务机构都会有网店代运营这样的服务，企业挑选一家靠谱的服务商，自己提供产品资料就可以了。

在此，小马识途的顾问也提到了，随着网络市场的扩大，网络卖场的服务费也水涨船高，企业如果外包网店运营又是一笔费用，可能会跟想象中的网上开店费用有些不同，眼下开个店就卖货可以捡白食吃的时代已经一去不复返啦，网上开店也有风险，经营的不好也可能亏本。不过这整体算起来还是比线下成本低的多，风险整体可控性也比较强。

第二斧网上供货

实在没有能力网上开店的，也可以考虑只做网上供货，但是产品要真的好，像京东商城、一号店、当当网这样的B2C商城才会上架你的货。大家知道，京东出货量也是相当高的，一号店也可以，还有一些专业领域有不少强势的B2C，如乐蜂网、钻石小鸟，这个合作谈好了，就在家坐等数钱吧，当然这个售价肯定要让利给平台一部分了，具体的就看怎么谈的了。

第三斧自建网络商城

其实，做网络销售自建网络商城应该是第一位的，这里放到最后也是因为自建网络商城难度最大，这个必须要有一个网络团队了，而且是有技术、策划、设计比较全面的团队了，当然也可以让别的公司开发好，自己的人来运营，但是这样核心技术抓在别人的手里，真的做大了，对方肯定会让你割肉的，最好自己有能力，做网销平台不同于做一般企业站。

以上总结了传统企业开拓网销渠道的“三板斧”，自建网络商城需要的时间稍长，但是也不会很长，现在有专门做商城程序的，自己有能力，拿来做一些修改其实就可以用，先上线后面再慢慢完善。

最后，笔者提示到，文中谈到的“三板斧”只是平台建设，不一定平台搭建好了，产品就会畅销。新产品或是新品牌的话，还是需要从口碑建设、品牌知名度提升、品牌美誉度培育等各方面推广几轮，这样才能达到一个较好的网销业绩。

卓越销售员必过的五关

■ 江猛

销售是一个充满着艰辛而又充满着挑战乐趣的职业。要想从普通到优秀，从优秀到卓越，不仅要具备高超的销售技能，而且还要具备较强的心理素质、身体素质、文化素质等，并必须要过以下五道关。

第一关：心理关

“不做总统，就去当销售员”，不知道是谁说了这句话，说明了销售行业诱人的广阔职业前景，他不仅可以让一个人实现“五子登科”(房子、车子、妻子、孩子、票子)计划，而且还可以让一个人实现从职业到事业的转变，很多企业的优秀高管或者负责人，往往都出身于销售，因此，它培养了众多商界精英。但话也说回来，并不是所有的人，都适合去做销售，做销售，一定要过心理关。

笔者在讲课时，经常听到一些学员由于胆怯、害羞等心理原因，而导致丢单甚至对销售心灰意冷情况的出现。其实，销售人员要想有所建树，就必须自己“苦其心志”，具有非凡的意志力。包括：不为一时的失败而气馁，要有屡败屡战的勇气；要相信企业、相信产品、相信自己，一个连企业、产品、自己都不信赖的人，肯定得不到客户的信赖；克服羞怯，要通过自己多摸索，多实践，不怕出丑、不怕拒绝等，构建自己的心理“防火墙”，做到坚忍不拔，敢于挑战自己，超越自己。

第二关：面子关

面子是谁给的，是自己给的吗？是别人给的，当你成功了，你就有面子了，否则，不要奢谈面子。这是笔者的观点。在给学员讲课时中，经常碰到学员谈及开发客户、要求客户付款时，总有低人一等，找人办事之感，以致总感觉没面子，加上很多销售人员都是大专、本科毕业，堂堂“天之骄子”，怎么能与学历很低的经销商为伍，那是一件很没面子的事情啊。不论是哪种情况，这种观念都是不对的。

首先，现在的社会是人人人为我，我为人人，只要提供了有价值的工作，帮助客户赚到

了钱，让企业获得了利润，这就是一件高尚的事情，不必有“求别人办事”、“看别人脸色”之“寄人篱下”之感，销售人员通过销售产品，实现厂家、渠道、消费者多赢，没有必要有低人一等的自我感觉认知。二是，不论我们的合作伙伴学历层次、内在素养如何，我们都要真心对待，术业有专攻，成功有方法，我们的渠道商能做的很大，说明其有优势的一面，我们多从他们身上汲取优秀的养分，尊重他们，这样，我们给了对方面子，对方也会给我们面子。因此，只有先撒下不值钱的面子，我们才能大胆工作，才能不断取得进步，才能不断地赢取更大的面子。

第三关：技能关

销售要想比别人做得好，就要在技能上能够超越对方。思路决定出路，技能决定格局。因此，销售人员还要过技能关。作为一名优秀的销售人员，我们要掌握如下技能：一是沟通，现在是一个沟通的时代，不会沟通的人，将无法将自己的思想、产品，更好地推销给顾客，同时，也无法取得企业、同事、客户对我们更大的支持，只有善于沟通，销售人员才能左右逢源，游刃有余。

销售人员还要具备开发、管理、维护客户的能力，一个销售人员不会开发市场与客户几乎是不可想象的，我们必须具备开发市场及客户的步骤、方法、技巧等，这样我们才能称得上一个合格的销售人员。销售人员还要具备策划市场的能力，能够根据市场情况、竞品情况、经销商情况，设计出适合市场的产品组合、价格组合(包括市场定价)、渠道组合(整合、开发各种渠道)、促销组合(低成本促销)等，从而能够让企业花较少的钱，办最大的事，能够让经销商持续地挣钱、挣大钱，让市场能够持续、健康、稳定发展。

第四关：体能关

销售人员要过的第四道关，就是体能关。销售人员压力很大，这种压力，不仅来自于企业，还来自于家庭，由于销售人员常年工作在外，生活没有规律，导致吃饭不定时，休息不



定时，很多时间都是在汽车、火车、轮船等运输工具上度过，这种工作生活方式，导致销售人员身体缺乏锻炼，再加上一些销售人员不好的积习，比如，不吃早饭，喜欢睡懒觉等，导致身体状况较差，甚至出现了一些亚健康状态。笔者近年服务的公司，就曾出现一年当中去世几人的情况，他们或过劳死，或因病猝死，但同时他们又都很年轻，这种情况的出现，不得不让我们反思销售人员的健康疏解问题。

要想保持一个好的体能，销售人员最起

码要遵循如下几点：一、养成一个相对有规律性的工作方式、生活方式。比如，即使是在市场，无人监督的情况下，也要按时起床、市场作业，尽可能地保持合理的休息时间、定时吃饭，哪怕是在车上，也要在吃饭时间吃些东西。二、养成锻炼身体的好习惯。可以早起跑步、散步，在床上做些俯卧撑、仰卧起坐等，让自己的身体能够得到足够的运动和锻炼。三、摒弃一些恶习。比如，一些销售人员喜欢熬夜甚至通宵达旦打牌、甚至赌博等，喜欢熬夜上网等，因为第二天还要上班，因此，会造成精

力和体力不支，影响正常工作。只有有了一个好身体，工作和生活才能滋润，才能更好地投入到工作当中去，工作才能更有效率。

第五关：经验关

一些做销售的朋友，之所以有时会遇到发展瓶颈，遭遇职业发展的“天花板”，跟他们固守一些成功的经验有关。经验是一个人累计起来的无形财富，是一个人成熟的标志，但当一个人“把经验做老本”，躺在以前的“功劳簿”(经验)上睡大觉时，我们说，这个销售人员已经“老龄化”了。在当前这个全球市场一体化，而市场情况又千变万化的情况下，固守自己一成不变的经验，有可能会让经验成为自己的羁绊。经验是成功之母，但过多地依赖经验而不及实时更新，有时经验又会变成失败之父。

销售人员要想过经验关，就必须及时清空固有的“成见”，辨证地、动态地去看当今的市场环境，就要保持空杯归零的状态，以让自己能够容纳更多新鲜的东西，能够与时俱进地修正自己，保持思想、经验的先进性、前瞻性，时刻能够把握市场的脉搏，洞察客户日益变化的需求，从而盯紧市场，不断地取得更大的市场业绩。同时，销售人员还要保持学习性，销售人员赢在学习，任何一个不学习的销售员，都将是一个没有前途、没有未来的销售人员，只有全方位、多渠道的学习，通过书本、网络、电视、广播、报纸等，通过向同事、竞争对手、客户等学习的方式，不断地开阔自己的眼界，不断地提升自己的核心竞争力，让自己保持市场不败。

总之，要想做一个优秀而成功的销售人员，我们就必须要过以上五道关，通过迈过心理关，能够让我们无所畏惧，而具有坚强的信念；通过面子关，我们能够摆脱思想的包袱，更好地去服务客户，服务市场；通过跨越技能关，我们才会强化内功，取得更大的竞争优势；通过体能关，我们才能有一个强健的体魄，才能斗志昂扬、精神抖擞地参与市场角逐；通过超越经验关，我们才能保持清醒，才能蓄积力量，才能笑在最后，笑得最好。