

# 高效销售技巧



## 我们的销售经验:

- 请完成下列联系:
- 1、想想你最近作为顾客、销售人员、观察者的销售体验;
- 2、思考一下你有哪些成功经历和不满或不愉快的经历;
- 3、请在下面写下这些因素:

你的体验	成功的、肯定的	不满的、不好的
作为顾客		
作为销售 业务员		
作为旁观 者		

# 有效的销售需要你做两件事

- 1、思考的方法：为你有关销售情形提供销售动机和导向，需要你有智慧的心灵（mindset）。
- 2、行动的方法：为你的有关销售情形提供成功销售所需要的技巧，需要你有行为的技巧（a skill set）。

# 销售人员智慧的心灵

- 1、关键的销售理念：如何形成你对销售情形中你和顾客的认识，这是销售的前提；
- 2、确切的销售过程：从第一次与顾客会面到完成销售的过程，如何指导自己的行为 and 导向；

# 销售人员行为的技巧

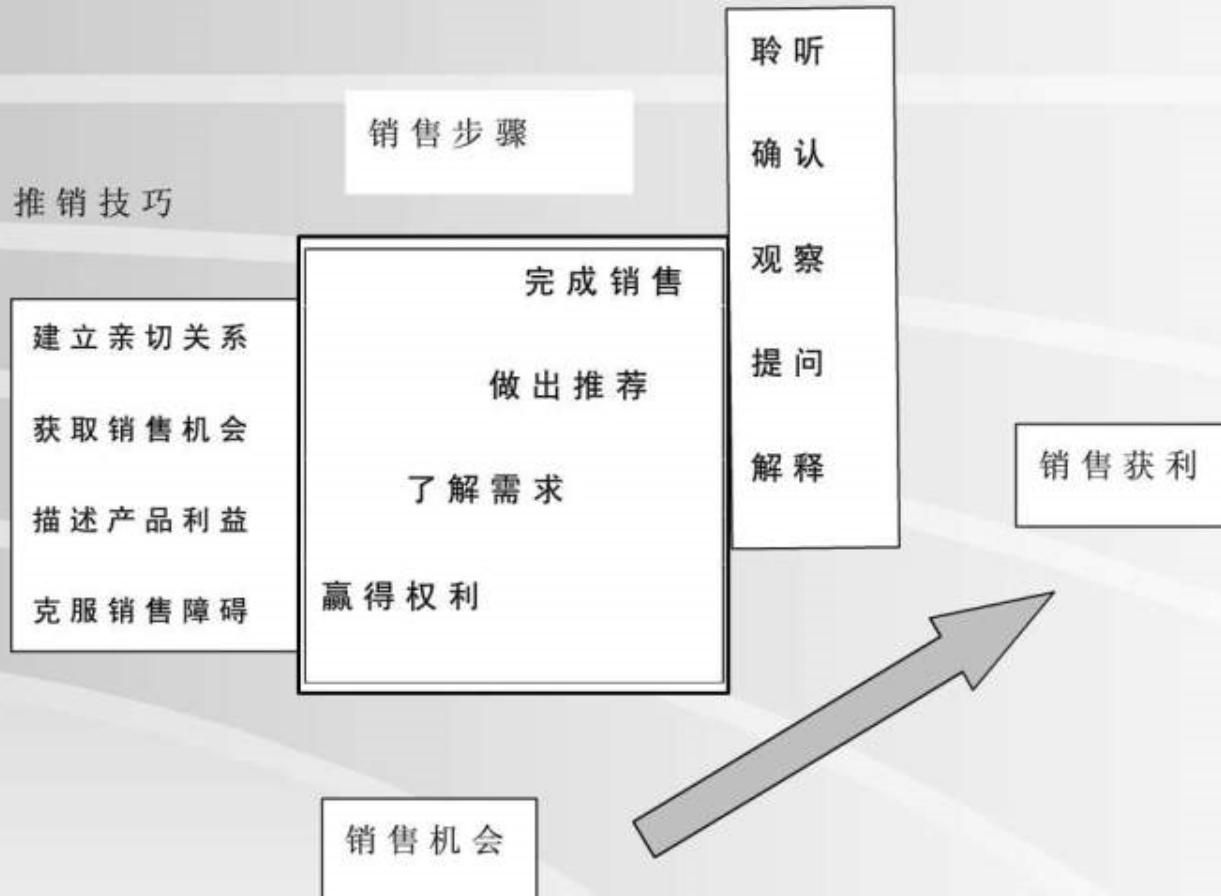
- 1、沟通技巧：如何在销售过程中与顾客的有效、顺畅沟通；
- 2、推销技巧：如何在销售的过程中把握成功的关键点。

# 有效的销售技巧构成

- 关键的销售理念；
- 销售的四个阶段；
- 五个交流技巧；
- 四个销售技巧。

沟通技巧

推销技巧






# 关键的销售理念

有两个作为成功的销售人员，需具有的设定：

- 1、从作为销售人员的观点看，机会是销售开始；
- 2、你的挑战是把机会变成成功——完成销售。

# 关键的理念：

## 机会

顾客		你
有一个问题要解决或需要满足		必须在做出销售努力前赢得与顾客交往的权力
不可能相信他一定希望从你哪儿买		要理解顾客的需要
在做出购买决定上需要帮助		帮助消费者购买
一定要买		一定要卖

## 销售成功



# 1、赢得在顾客面前的推销权力

这是销售努力成功的关键成功第一步，是形成你对顾客的第一印象；这一阶段的重要方面是“建立亲密关系”，

从而赢得了进一步推销权力。

- 你必须建立基本信任和信赖水平，鼓励顾客愿意和你在一起，允许你对他进行进一步的推销努力；
- 这些信任和信赖水平不是你想当然能得到的，你必须努力争取它。

## 2、了解需求

- 懂得顾客的需求是销售的核心，你所了解的情况影响后面的两步，你要找到顾客心想的是什么，——要解决的问题、需要的满足等顾客购买的目的。

- 你还必须了解顾客的其它因素：
- 顾客能买的起吗？
- 那些因素影响购买决定？
- 谁实际上做购买决定？
- 顾客已做好购买决定准备了吗？

### 3、做出推荐

- 一旦完全理解了顾客的需要和动机，你将“试试水的深度”，
- 如果时机适当，你可以做出推荐。
- 你的推荐必须是水到渠成和合情合理的。

## 4、完成销售

识别购买信号：姿势、微笑、问题、评论等。

请求订购是不容易的。

- 我们大部分人不喜欢被拒绝；
- 我们不想引起反对和障碍。

记住：

- 如果你仔细地经过了销售的每一过程，并同顾客达成一致，有赢得了向顾客要求购买的权力。
- 如果你反应了你和顾客达成的理解和同意，你就有好的机会得到你想得到的回答！



# 五个沟通技巧

- 1、如何聆听顾客的说话？(Listening)
- 2、如何确认顾客的问题和需求？(Verifying)
- 3、如何从观察顾客找到销售机会？(Observing)
- 4、如何向顾客提问？(Questioning)
- 5、如何向顾客解释？(Explaining)

# 聆听和确认

主动的聆听包括：倾听和确认。

## 1、倾听

做出努力地听；注意力集中、密切关注。

## 2、确认

检查它的正确性和准确性；

你要做的是：

- 带有目的去听；
- 不分心地听，注意力集中与听的行动；
- 在听的时候，进行确认，保证明白；

# 要点：

## ◎有意识地听：

- 必须集中注意顾客所说的，而不是你接下来要说什么；
- 意识到你的姿势，正确的姿势有助于你集中注意力，消除分心；

## ◎确保明白和理解：

- 停一下，想想顾客已经说了什么，然后想想将要说什么；
- 使用不同的词语重复顾客所说的，不要加入任何新的东西和你的解释。

- 描述你认为顾客所说的，需要顾客对这些描述的反应。
- ◎证实你的确认是正确的。
  - 你做出的陈述只占确认的一半。
  - 你必须询问一些获取确认的问题。
- ◎在寻求确认时，避免操纵对方；
  - 应该用中性的或肯定的问题，如“是这样吗？”
- ◎如何你有些不明白，寻求澄清。
  - 不要等待；
  - 不要忽视你的潜在误解并有发展成更大的误解的危险；
- ◎但一个误解发生后，要承担责任。



# 观察

观察技巧贯穿整个销售过程中，尤其是在和顾客建立亲密关系时，很有价值。因为：

- 观察你的顾客能告诉你许多他现在的心理状况包括他对你的反应。
- 你对顾客和他的环境的观察也能告诉你有关顾客的长期行为模式，尤其是建立长期关系的信息；

在一个销售情形中，观察包括四个步骤：

- ◎ 寻找可能显示你的顾客重要的线索；
- ◎ 解释线索，这是你能得出顾客的一个重要特殊步骤；
- ◎ 确认你的解释正确——用你现在想到的来探测的顾客特征；
- ◎ 使用你的线索和你的解释，帮助你建立与顾客的关系并决定你的下一步行动。

特征	线索	你的解释	你的确认	你的行动
放松的				
紧张的				
悠闲的				
时间紧张的				
忙的没时间				
正式的				
细心的				

特征	线索	你的解释	你的确认	你的行动
工作习惯				
自信				
个人背景				
影响范围				
详尽、仔细				
兴趣				



# 为什么顾客购买？

有两个基本点需要掌握：

- ◎ 购买目的——什么是你的顾客希望达到的；
- ◎ 购买影响——影响你的顾客购买决定的因素。

购买目的：

典型的顾客有两个购买目的：

- ◎ 因为他们有问题要解决；
- ◎ 因为他们有一个需要希望得到满足。

购买影响：

一些影响是理性的、直接的和客观的：

- ◎ 你的产品和服务能满足客户的要求吗？
- ◎ 价格顾客可以接受吗？在顾客的预算内？

- ◎ 但顾客需要的时候，产品可以在适当的时间得到吗？
- ◎ 有其他人参与顾客的购买决定吗？他们赞成吗？
- ◎ 从长远来说，顾客对你的产品或服务有特殊的期望吗？如合理的持续的支持？

其他的购买影响更多的是

- ◎ 顾客喜欢你的产品和服务吗？
- ◎ 顾客喜欢你吗？对与你打交道感到舒服吗？
- ◎ 顾客相信你有能力满足他的要求和期望吗？

知道顾客的购买目的和影响是懂得顾客需要的主要步骤，

◎你了解激起顾客从你哪儿购购买的动机；

◎你将决定是否顾客准备、愿意、能够买；

◎通过显示对你的顾客的正直兴趣，你将与顾客建立持续友好关系；

◎利用这一友好关系，你将赢得继续你的销售努力的权力。

# 提问的技巧

在了解你的顾客需要和完成销售时提问的问题有展开式和集中式。

问题有三种类型：

- ◎一般性问题：用于展开讨论；
- ◎结论性问题：集中讨论；
- ◎引导性问题：可用于两个目的。

## 提问的问题

- 一般性问题：  
用于展开讨论；
- 结论性问题：  
集中讨论；
- 引导性问题：  
可用于两个目的。

# 一般性问题

在需要从顾客那里探询和收集信息时使用。

- ◎ 典型的一般性问题开始于用5W；

- ◎ 因为这些问题很难用一两句回答，它们引起顾客展开和你谈话；

- ◎ 另外，也可通过引导谈话向对你的销售努力有利的地方，展开对话；

不要让你的顾客说“不”的机会。



## 引导性问题：

在谈到你特别感兴趣的地方，你希望得到新的信息时。

- 你要激发新的方向思考；（如果.....那怎样）
- 你要引起顾客评估不行动的结果；（如果将发生，将如何）
- 你要迫使得到你想要的回答；
- 你要迫使一种选择，为了有助于你指导谈话向正确的方向；
- 完成前两个是展开式，完成后两个是集中式。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/448040050066006055>