

<<快乐销售>>

图书基本信息

书名：<<快乐销售>>

13位ISBN编号：9787802185593

10位ISBN编号：7802185599

出版时间：2009-8

出版时间：中国宇航出版社

作者：唐英

页数：214

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;快乐销售&gt;&gt;

## 前言

销售是种痛苦不，销售是种快乐。

销售非常艰难不，销售非常容易。

这是一本让销售回归快乐的书。

它颠覆了传统的销售方式，用最实在的方法，让销售过程变得轻松和快乐，并产生惊人的销售业绩。

传统的销售方法，经常会发生下面几种情况： 1.选择销售只是无奈之举。

不少销售人员选择销售并不是喜欢这份工作，而是觉得自己没什么长处，找不到别的工作，迫不得已才选择做销售，充其量是为了“混碗饭吃”。

这种人做了几年还是“原地踏步”，每个月只能拿着少得可怜的基本工资，紧巴巴地过日子。

既没有为企业创造出财富，也没有实现多少个人价值，更谈不上快乐销售、快乐人生了。

2.临阵怯场，未战先衰，自己打败了自己。

公司做了多方面的培训，销售人员在公司准备得非常充分。

可是到了客户那里，敲门的那一刹那又产生了恐惧感：万一人家拒绝自己，岂不是很没面子万一人家不接受我的产品，岂不是白费口舌……真正的接触还没开始，自己就把自己给打败了。

最滑稽的想法是，最好客户不在。

“你看看，我做业务是非常努力的，但客户不在。

”所以，这类销售员没有业务产生还能振振有词：“不是我无能，而是客户总是不在！”

” 3.一开始就被拒绝了。

“喂，您好！

我是××公司的销售代表，我们为您提供一种非常好的产品。

它……” “不需要！

” 啪！

电话那头挂线了。

那近乎是摔听筒的声音，听起来非常刺耳，不仅耳膜难受，心里更难受。

这是电话陌生拜访时的常见情景，销售员一开始就被拒绝了。

“您好！

感谢您百忙之中抽出时间见我。

我是××公司的，我们公司……我们的产品……我们的服务……” “哦，不要说了。

我很忙。

不好意思，你到别的地方试试……那谁谁谁，请你进来帮我送送这位先生（小姐）。

” 这是实战销售中陌生拜访的常见情景。

不管销售人员多么热情，客户根本不感兴趣，也是一开始就被拒绝了。

一些销售员老是被人拒绝，慢慢就对销售工作灰心了。

4.一提到成交，就没戏了。

销售人员费尽九牛二虎之力，花了不少时间和心血，热情讲解，周到服务。

客户似乎也维持着一定的兴趣和好奇。

可当销售员试图成交时，客户却以种种漂亮的借口或理由直接或委婉地谢绝了。

满怀的希望，被一盆冷水浇了个透心凉。

这种一提到成交就没戏的情况，在销售过程中经常发生，销售员对此颇为无奈。

## <<快乐销售>>

### 内容概要

销售是种痛苦？

不，销售是种快乐。

销售非常艰难？

不，销售非常容易。

这是一本让销售回归快乐的书。

它颠覆了传统的销售方式，用最实在的方法，让销售过程变得轻松和快乐，并产生惊人的销售业绩。

## <<快乐销售>>

### 作者简介

唐英，本名唐廷耀，“快乐销售模式”、“自知自胜训练体系”创始人。

销售技巧、团体训练和潜能开发培训师，销售专家。

具有多年销售和企业管理经验，曾获珠三角“高级人力资源管理师”称号。

潜心探索中国人文文化与员工管理方法20余年，总结出了一套简捷有效的方法，快速提升企业和个人的价值创造力。

## &lt;&lt;快乐销售&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第1章 寻找快乐的感觉 第1节 销售真的有捷径吗——什么是“快乐销售” 第2节 让客户“一见钟情”——想说拒绝不容易 第3节 三句话让他“爱”上你——这就是快乐的感觉 第4节 客户很难给你第二次机会——你准备好了吗第2章 挖掘快乐的需求 第1节 客户需要什么——谈天说地话需求 第2节 客户的兴趣焦点在哪里——投其所好挖需求 第3节 步步为营——挖需求的流程 第4节 请君入瓮——挖需求的技巧及经典话术 第5节 快乐并谨慎着——挖需求的注意事项第3章 完成快乐的成交 第1节 什么是客户的真爱——抓住成交的前兆 第2节 征服客户的心——FABE法则推介产品亮点 第3节 让异议变卖点——ISCPA原则 第4节 I服了YOU——完成快乐的成交第4章 持续快乐的成交 第1节 一头牛要剥多张皮——人脉就是钱脉 第2节 让客户对你难舍难分——顾问式服务的魅力 第3节 让业绩来得更猛烈些吧——蝴蝶效应和倍增法则 第4节 我是个快乐的销售员——快乐的人生方式后记

## &lt;&lt;快乐销售&gt;&gt;

## 章节摘录

很多做销售的朋友找到我说：“唐老师，做销售太难了，你能不能帮我找个不是销售的工作？”

我觉得有点好笑，便毫不客气地说：“如果连销售都做不好，你能做好其他工作吗？”

对方一脸的茫然，不明白我为什么会这样说。

因为在他们看来，销售好像是世界上最难的事情，那些不敢做销售或不愿做销售的人，才去做其他工作。

我说：“难道不是吗？”

生活中、工作中，我们谁离得开销售？

一个家庭，如果丈夫不能把自己很好地销售给妻子，夫妻就会不和睦；父母如果不能把自己很好地销售给儿女，他就不是一个好家长。

企业也一样，老板不能把自己销售给员工，员工就不会有凝聚力和积极性；领导如果不能把自己很好地销售给下属，团队就不会有良好的工作氛围和工作效率！

各行各业都是一样的，都是必须先把自己好的一面销售出去，别人才会接受，才会参与。

他们就问，那为什么还是有那么多人做不好销售呢？

我说，做不好销售的原因主要有四个。

一是对销售工作认识不够。

认为做销售只要产生业绩就行了，把销售看作一种纯粹的商业行为。

这样的人，一门心思放在如何让客户购买产品上，为业绩而销售，为提成而销售，心里面时时刻刻想的是，如何快点让客户把钱掏出来，眼睛里流露出的是赤裸裸的金钱欲望。

客户看了极为不舒服，感觉到有种潜在的威胁，怎么可能相信你？

失败是必然的。

而真正的销售，是要帮客户满足某种需要，实现客户自身的利益。

只有在这个前提下，我们才可能实现成交，完成销售工作。

所以我们从客户的利益出发，从客户的角度思考，让他明白自己的好处是什么，利益有多大，他才可能动心，才可能成交。

二是信心不足。

信心不足有几个方面。

一是对企业和产品了解不深，没有认识到产品的特征和优势以及能为客户带来的好处和利益；二是没有掌握基本的沟通和交际方法，不敢跟客户对话，或是一见客户具有某方面的优势就自惭形秽，心里打了退堂鼓；三是怕失败，怕被拒绝，把个人的面子、自尊心看得太重了，不敢尝试，不敢面对挫折，总是底气不足。

客户一看你蔫乎乎的，能有什么好印象？

还敢相信你吗？

三是把过程和结果看得太复杂。

在客户面前总是提心吊胆，从头至尾紧张地盯着客户的神色，生怕对方突然发出拒绝和中止的信号。

客户一旦作出不欢迎、不需要的决定，就觉得天要塌下来，要死人似的，接受不了现实。

为什么不能洒脱地想一下，拒绝有什么关系呢？

无非就是损失了一点时间。

或许客户损失比我们还大呢，因为他错过了一次获得好处的机会。

再说了，即使他现在不需要，将来也可能需要啊。

只要把工作做到位，服务做到位，客户有了好印象，有需要他会找你的。

即使什么都没有，起码我们通过跟客户接触提高了沟通能力，不断总结暂时“失败”的原因，也有利于下一步开展工作啊。

四是方法与技巧不对。

方法不对，一开始就被客户拒绝了，门都进不去，怎么会有销售业绩产生？

技巧不行，一谈到产品和成交，客户生怕上当受骗，或是觉得物非所值，不愿购买。

## &lt;&lt;快乐销售&gt;&gt;

这些因素，存在任何一个，都会严重影响到销售的结果。

其中一开始就被拒绝，是影响成交的最大因素。

有人会问：“唐老师，听说你原来从事销售时，一直做得非常轻松，做得非常好。

请问你是怎样做的呢？

销售真的有捷径吗？

”我说：“有！

肯定有！

最直接的方法有两个。

一是让客户看到我们的第一眼就产生好感，二是让客户第一时间就意识到我们能为他带来某种好处。

”说实话，一个人刚开始从事销售工作时，确实是有一些困惑和苦恼的。

困惑的是，不知道该怎么去做；苦恼的是，没人愿意帮你，没人愿意指点迷津，你不知道怎么去寻找客户，找到客户之后，又不知道如何说服他购买。

我当时是这么想的。

首先，我跟客户是不认识的，在刚接触的短时间内，要想不被拒绝，起码要让客户觉得有三种可能：一是站在他面前这个陌生人，虽然不熟悉，但看起来还不错，最起码让人觉得舒服、顺眼、可信；二是他可能会给我介绍某种东西，让我得到某种好处（生活上的便利或是企业发展中的便利）；三是如果我接受他的产品，我可能会实现某种利益，而且这个利益可能还会比较大。

只要客户有其中一个想法，说明我这个人他接受了。

接受了我这个人，后面的事情就比较容易了。

为什么呢？

客户有了相信我（包括销售的产品）的基础。

没有这个基础，拒绝就是必然的了。

如果我们开好头，一开始让客户接受了我们的，并预感到会得到某种好处和利益，是不是在他的心里，已经产生了愉悦感，或者叫做快乐？

我们把这种让客户觉得有好处、能快乐的方法，一直延伸到销售过程当中去，客户觉得跟我们打交道，不但有意思，有乐趣，还有好处。

销售不是顺理成章的事情嘛。

这就是“快乐销售”。

快乐销售，就是要不断地强调一个销售规律：做销售，一定要将客户能获得的好处和利益，放在前面讲，放在重要的位置讲，而且要突出地讲，不断地讲，直到客户完全认可并接受销售。

不管我们销售的是什么样的产品或服务，只要让客户感觉到有趣或“有利可图”，客户就会乐意接受我们的推荐，接受我们的产品和服务。

这是所有销售工作必须遵循的规律。

离开这个规律，销售就不是销售了，可能变成一种应付（应付人情、亲情或其他因素），这样的销售是不可能重复进行的，也是不可能持续增长的。

只有我们自己真正感到一种乐趣，客户实实在在得到愉悦感或某种利益，销售才是相互快乐的，是可以持续增长、无限延伸的好事情。

快乐销售，不仅能大大提升销售业绩，还能赢得人生道路上多条风景线。

善于快乐销售的人，一定是爱情美满、生活幸福的人。

因为他善于销售自己，容易赢得身边人的赞许和异性的青睐，最终获得称心如意的爱情和家庭。

善于快乐销售的人，一定是人缘广、朋友多的人。

因为他善于帮助别人得到好处或实现利益，像交朋友一样去发展客户，时间久了客户会和他产生友谊和情感，会当他是朋友。

感情深了，友谊厚了，自然会反过来帮他做好销售。

这就是快乐销售的真谛。

像恋爱一样的感觉，像交朋友一样的工作。

这里需要一个最基本的基础，那就是心态要好，要善于调动自己和别人的情感（呵呵，也可以说

## &lt;&lt;快乐销售&gt;&gt;

是煽情，但不是调情），善于搞活现场的气氛，让自己和客户迅速消除陌生感，拉近距离并产生好感。

所以要想真正实现快乐销售，还要修炼我们的心态和情感。

大家要通过对人生和生活的感悟领悟到快乐销售的真谛，让快乐来源于内心深处，来源于良好的人际交往习惯，系统地运用快乐销售的方法和技巧。

快乐销售有四大步骤。

第一步：寻找快乐的感觉。

我们做销售，一定要热爱销售工作，要对这份工作和我们的客户表现出热情和激情。

这一步主要是如何找到销售的乐趣，塑造好自己的形象和心情，以饱满的热情面对客户，让客户在短时间内就能嗅到某种好处，认为有继续了解我们的必要，打破原来那种一开始就被拒绝的状况，规避“开头难”的问题。

第二步：挖掘快乐的需求。

客户有哪些需求，我们销售的产品或服务能满足他哪方面的需求，这是销售能否完成的基础。

如果是客户已有的需求跟我们的产品或服务能直接对上，就更好切入；如果客户目前没有意识到对我们产品或服务的需求，我们就要引导、启发他产生这方面的需求，并用产品或服务为他带来的好处或利益，激发客户强烈的咨询欲望，为销售做好前期工作。

第三步：完成快乐的成交。

客户有了购买欲望，同时也会存在这样那样的疑问和异议，我们要及时沟通和诱导，化解他心中的疑问，把异议转化为卖点，让客户感觉到物超所值，明明白白、欢欢喜喜地成交。

第四步：持续快乐的成交。

快乐销售倡导的就是在整个销售过程中始终要与客户建立一种相互信任、轻松和谐的气氛，让客户感觉到我们是“做好事”，是在帮助他解决生活或工作方面的难题。

这个过程中，顾问式的专业服务会让他对我们产生极大的好感和友谊。

人互相之间有了情感之后，就成了朋友。

那生意就成了朋友之间的友好活动。

客户在获得精神和物质上的双重收获后，会反过来帮助我们，为我们介绍朋友和生意。

这样，源源不断地新老客户交替，人脉关系越来越广，友谊、生意就会持续不断地延伸下去，这才是真正的快乐销售！

快乐销售超越了单一的销售模式，融入了氛围、情感、互利、愉悦、方法、技巧等因素，重要的不一定是产品本身的价值，而是人与人之间、我们与客户之间建立的那种感觉，那份令人享受、让人珍惜的东西。

快乐销售要求的不仅仅是销售技巧层面，我们必须站得更高一些，看得更开一些，跳出销售做销售，跳出产品推崇利益和好处，才能达到相互愉悦、互惠互利的双赢结果。

快乐销售最主要的就是告诉读者如何在最短的时间内让客户“一见钟情”，怎样把产品和好处讲生动，让客户马上心动并产生需求和购买欲望，怎样让客户在很短的接触中就对销售人员产生好感，喜欢跟我们打交道。

这一切的一切，就是我们要探讨的快乐销售的方法和技巧。

到底如何才能做到快乐销售呢？

就让我们从改变过去那种一开始就被拒绝的状况开始探讨吧！



## <<快乐销售>>

### 媒体关注与评论

销售能迅速改变一个人的经济状况，更能改变他的人生方式。  
唐老师的销售培训，不仅对我们从事销售大有帮助，更是难得的人生指导书。  
拥有快乐，销售无处不在。

——广东省玻璃行业协会副会长、广州富睿实业集团总经理 林小庆 企业发展，培训很重要，唐英老师的培训适用性强，效果好，对企业和员工的帮助很大。

——中港泰富（北京）高科技有限公司总经理 王忠清 唐英老师的培训实用性强，轻松幽默，让人受益匪浅。

公司在重大项目推进陷入僵局时，应用唐老师教的方法。  
问题就迎刃而解了。

2008年虽然受到金融风暴的影响，我们还是完成了预定的销售目标。

——优必胜（上海）精密轴承制造有限公司营销总监 李文辉 分享与共鸣会有效提升培训效果，从这一点上说培训师自身的经历是相当有说服力的。

唐英老师的课程和图书都是在与我们分享他的人生经验和感受，内容真实、亲切，方法有操作性。

——广州好易电子人资行政部总监 高杰 唐英老师的课活泼生动，气氛热烈，效果显著，对企业的执行力提升有明显的帮助。

——广州卷烟一厂人力资源科科长 伍伦佐

#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>