

《销售就是要搞定人》

图书基本信息

书名：《销售就是要搞定人》

13位ISBN编号：9787222069527

10位ISBN编号：7222069526

出版时间：2011-1

出版社：云南人民出版社

作者：倪建伟

页数：288

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《销售就是要搞定人》

前言

每个人都希望自己获得成功，每个人都知道一些成功人士的故事，知道他们说的一些成功理念，但是，生活中的绝大多数人竭尽所能还是不能成功，何故？因为虽然每个人都有成功的理想，但几乎所有人都有这样或那样的盲点。这些盲点导致我们在面对机遇时，往往看不到，或者即使看到却由于准备不足，或者基本功太差而与机遇失之交臂。因此，我们必须不断学习，不断丰富和完善自己，也唯有这样，当我们面对机遇时，才能准确判断、全力拼搏，抓住机遇。市场不相信眼泪，职场也不同情弱者！工业产品的销售尤其如此！现在的市场是买方市场，是同行竞争过度的市场。当你鼓足勇气去敲开客户的大门时，却发现客户的办公室里已经坐满推销各种产品的销售员；当你抱着美好愿望向客户宣传自己的产品时，客户一句话就把你打发了：“我知道了，等用到你们的产品再联系吧！”这就是目前工业产品销售行业的现状。在买方市场里，在任何一个客户那里，你几乎都能发现有几个、十几个甚至几十个的竞争对手！当项目跟踪到最后时，却只能有一个胜利者，蛋糕只能由一个人独享！所以，工业项目的销售向来都是赢者为王！我在1996年加入日本一家著名的制泵企业，在上海的营业中心担任项目销售工程师。从这一年开始，我还先后担任了办事处主任、营销总监和经营厂长。在长达十几年的工业产品销售和管理生涯中，每年我都要管理和培训几十位新老销售员工。他们和无数的人一样都渴望成功，并为此积极地去储备知识，丰富自己。然而很遗憾，尽管他们苦读各类销售书籍，尽管他们看得心潮澎湃，但当他们将书本中的技巧和观点运用到现实的销售工作中去时，却突然发现理论和现实背道而驰。每一年，我都会看到一些工业产品的新老销售员在自己的项目上犯着这样或那样的失误，而其实这些错误是完全可以避免的。于是，2009年春季，我开始考虑，在工业产品销售领域奋战多年的自己，是不是把这些年成功操作的销售案例还原出来，给那些新踏入销售工作的，或者没有接受过系统培训的销售员们提供一些案例，模拟一些相似的竞争环境，让他们在具体的工作中，因为阅读过本文，而不会对这些销售环节或场景陌生；在具体运作项目时，能因为本文有类似的成功案例，尽量减少一些操作上的彷徨和犹豫。于是我便在天涯社区网络上以小说的形式陆续发布了这篇帖子。这个帖子一经在网络发表，便受到众多网友的关注，读者还自发组织了“工业产品销售联盟”这样的团体，给我支持，给我鼓励，支持我继续写下去；更多的网友则期盼这篇帖子能出版发行，他们也好买来更方便地阅读和指导自己的项目销售。本书虚构了主人公倪锋从到某世界500强企业的一个风雨飘摇中的办事处赴任开始，如何在逆境中，在落后的局面下，运用销售智慧，拼抢得一个又一个订单的故事。这些故事既有作者亲历的案例，也有许多销售人共同亲历过的场景，大家读起来都会觉得似曾相识，不过小说毕竟是小说，主人公倪锋及其团队所采用的一些手法虽然看起来精彩，却未必完全是正确的。但这些手法及其所蕴含的观点都反映了市场第一线销售人员的真实状态，都是动态的销售中必须要计算的一部分。在销售中，牵一发而动全身，所以，在具体销售过程中假如能计算得更细一些，那我们离成功。就会靠近一步。故事虽然简单，但对生活在这个瞬息万变、竞争过度的买方市场中的销售员们来说，却不无指导意义。无论时代如何变迁，无论市场如何变化，销售工作的基本思路和方法都是基本不变的，因为人性是不变的。“我是一名演员。”这是周星驰在《喜剧之王》中说的一句话。在人生的舞台上，我们每一个人何尝不是一名演员？人生的戏最后演得效果如何，主要还是看我们自己是不是刻苦，是不是努力，是不是谋划过，是不是尽心过！人生的戏，是我们自己演的！成功，亦是我们自己导演出来的！

《销售就是要搞定人》

内容概要

《销售就是要搞定人》以案例加评论的形式展现了一名销售总经理的销售职业中的无数个精彩片段。融合商战经营、销售技巧、职场成长为一体，全面向广大读者展示了销售职场的决胜技巧和人生中的取胜之道。

《销售就是要搞定人》内容围绕外企中一名新上任的武汉办事处主任，如何在逆境中和落后的局面下运用销售智慧拼抢得一个又一个订单的故事，解读了本土商业环境下的各种销售规则和销售技巧，以及职场智慧。文中先是讲述案例，后面附上简短评论点题，加上文后的“附录”内容为作者多年商场上的血汗经验，具有极高的借鉴价值。更有在天涯链接时产生的“与网友互动问答集锦”集中体现了一般销售员们面临的各种实际问题及其应对建议与措施，对广大销售职场人员具有实际的指导意义，深受网友们推崇。

《销售就是要搞定人》

作者简介

倪建伟，曾就职于日本荏原机械、德国西门子、美国Tuthill等世界著名企业，任办事处经理、销售总监等职。现任香港BSM特材阀门公司总经理。

《销售就是要搞定人》

书籍目录

- 自序 成功靠自己导演
- 01 谁说搞销售的不是在搞艺术
- 02 在脑门上刻一个“忠”字
- 03 目标是成功的原动力
- 04 销售是从被拒绝开始的
- 05 在金字塔上挖得人才
- 06 订单活着是因为有人在左右
- 07 找对人，做对事，说对话
- 08 和稀泥也是一种艺术
- 09 跑在前面时要手握一把刀
- 10 小虫也能成龙靠的是什么
- 11 方向是最好的细节
- 12 你知道你想去的地方吗
- 13 不要死在目标的路上
- 14 被规则玩，还是玩规则
- 15 如何制造销售之势
- 16 走活“五步推销法”
- 17 销售的名字叫“机会”，而不是“工作”
- 18 不“犯忌”，不“浅薄”，不“误事”
- 19 对不同的人要用不同的“钩”
- 20 销售三术之“察”
- 21 销售三术之“异”
- 22 销售三术之“勇”
- 23 我与客户清一色
- 24 恐惧是个好东西
- 25 没有应该的，只有必须的
- 26 牛皮吹破也能做成生意
- 27 没有客户不是人
- 28 推荐信里藏着杀手锏
- 29 关键时刻狠就是对自己狠
- 30 公是公，私是私
- 31 用眼睛看到我的第一桶金
- 32 不要犯低级错误
- 33 你可以相信谁
- 34 人生必须高开高走
- 35 幸运是怎么来的
- 36 活下去就是成功
- 37 低调是最牛的炫耀
- 38 广告美女的中级错误
- 39 重庆雇佣抢单记
- 40 每个单子后面都有一位关键先生
- 41 给自己一颗敏感的心
- 42 什么样的选择决定什么样的人生
- 附录1 73条销售心法
- 附录2 48例网友实战解析

《销售就是要搞定人》

章节摘录

马克思说，由产品变商品为惊险的一跳，正是这一跳才创造了价值。销售员就是完成这一跳的艺术家。所以，这里我想说说那些基层销售员实战的故事。那年，是2007年。那天，是5月8日。之所以记得那么清楚，那是因为我前一年个人销售业绩全公司第一，被公司奖励去“新马泰”免费旅游一次回来后，第一天上班。那时是上午9点。我刚刚到上海公司总部上班，还没到自己的办公室，就被总裁秘书——漂亮的Janet通知下午两点去总裁办公室见中国区的总裁。我一下子惊呆了，不知道总裁找我有何事。现在不是裁人的时候，而且我和中国区的总裁按行政级别划分还差两层，应该不会有直接交流才对。我赶紧询问前台的Cici，她是我的安徽老乡，很漂亮的女孩。Cici也说不知道，公司最近好像也没啥和我扯得上边儿的八卦流传。打探了一圈也没辨明总裁找我的意图，于是我索性到代理商那儿喝茶去了。我们这个德国真空设备公司的中国区总裁中文名字叫潇洒哥。下午两点钟见到潇洒哥的时候，潇洒哥好像很不潇洒。他坐在老板桌后面，正面带忧虑地抽着香烟，面前的烟灰缸丢满了烟屁股。整个房间烟雾缭绕。“Key，公司在湖北省办事处的Alex，已经被警方以行贿罪正式逮捕了，办事处的销售额比平常下降了90%，办事处处在停业的边缘，所以公司管理层决定把你派到湖北省去负责办事处的运营。”潇洒哥沉默了很久对我说。我的英文名字叫“Key”，我当时起这个名字的意思是希望自己能成为一把解决问题的开“门”的钥匙。我很震惊，震惊的原因是以前国内很少有销售人员因行贿而被抓捕判刑，除非行贿的数额非常巨大。“那给客户带来的影响大吗？”我问。“很大！出事的单位是湖北省最大的前三家客户，这三家客户基本上都有人被抓，已经彻底不与我们做业务了。”潇洒哥说。我无语了。根据销售的“二八法则”，80%的销售额是20%的客户创造的，那么前三家客户都和我们断绝生意往来，我们的损失最少也会达到60%以上。“目标？待遇？”我直接问潇洒哥。潇洒哥在中国打造的企业文化就是真诚、直接。“你会被正式任命为公司的湖北办事处经理，公司相关级别规定的待遇你都能享受。目标是完成今年1000万元的保底销售额。”“你有驾照吗？公司给你分派一辆别克车，但不配专职司机，你要自己开才可以。”“嘎！驾照都拿了三年了，还从来没自己开过车呢。”我暗暗地想。销售就是要搞定01谁说搞销售的不是在搞艺术“恭喜你升职！我知道，你肯定会有大发展的。”从总裁办公室出来，我在公司咖啡间喝咖啡的时候，人事部的部长兼总裁秘书Janet对我说。“谢谢你的祝贺，我会努力的。”我真诚地对陈部长说。我是被陈部长招聘进这家德国公司的。那时候，我在国内的工业产品企业从事销售工作多年，种种原因使我感觉陷入了事业和人生的低谷，所以在2005年的春节过后，我决定从头再来，就去参加上海春季最大的人才交流会。在招聘会上，我特别留意相关的企业，经过SWOT优劣态势的分析，我决定应聘这家专门生产和销售真空设备的德国企业。这家企业门槛很高，所以怎么打动HR是关键。“你好，我是来应聘你们的销售工程师职位的，这是我的简历。”我对当时正在忙于招聘工作的HR陈说。我将简历递交给HR陈，看着HR陈将我的简历收了起来，我连忙对HR陈说：“你的这身衣服真符合你的气质，你是全场最有气质的职业女性！”听到我的夸奖，HR陈的眼睛一下子亮了起来，人也瞬间显得高大、亲切起来。“谢谢！我会认真看你的简历的。”她微笑着说。我一直坚信，我在那么多的名牌大学毕业生和那么多销售高手中，能唯一被这家以严格著称的公司录用，我的这句赞美话居功至伟。 P1-3

《销售就是要搞定人》

精彩短评

- 1、原名叫销售无冬天
- 2、还在的，你再找找看
- 3、考研那一段时间读的，作者对销售甚至人生领悟颇深，很耐人寻味
- 4、要学会装逼，一直装到你确实是真正的牛逼！
- 5、感谢微盘！
- 6、1、没有做不到，只是想不到
- 2、做人的工作很重要，利益等
- 3、销售的高境界还是营销
- 7、有些道理还是比较实在吧。做销售最终还是做人，作者强调“不害人”，这是明面，应该还有些销售行业暗面没有点出来的。
- 8、2016.9.21 销售的由技入道
- 9、以前是在天涯里面看到这个故事的，当时觉得里面的人好厉害，如今果然出书了。
- 10、唯一买的关于销售方面的书，实操性很强
- 11、在北京读的第一本书。
- 12、重读多遍
- 13、很不错，公司指定要买的
- 14、人生无处不销售
- 15、非常接地气的一本书，作者用亲身经历和一个个故事把最抽象的道理具象化的展示给我们。作者一点点的人生经验对我们小白来说可谓是如获至宝
- 16、销售无冬天？
- 17、理论与实践结合的销售指导书，销售就是搞定相关的人。每个人都有弱点，钱权请三点可以参考
- 18、误了很多销售的真相
- 19、垃圾书
- 20、热烈祝贺天涯职场版第一人--她笑着说我有点色《销售就是要搞定人2》新书即将出版！

她笑着说我有点色：职业销售经理人，天涯知名楼主，创造天涯职场第一贴：《销售没冬天》200多万点击，曾经在日本荏原、德国西门子公司任职销售。96年入行，一直在销售路上...《销售就是要搞定人》已经发售，并在2年间售出30万册，销售员人手一本，新书《销售就是要搞定人2》即将出版。

色哥微信公众号：nifeng316，请关注，有新书内容披露。

望我们一起来扩散这本好书，帮助更多迷茫的朋友找到人生的方向！如有打扰，望您见谅！

- 21、一半弃
- 22、读万卷书 不如行万里路 看的在多 不如自己实践积累经验 别人的永远经验都是别人的 你看不来 当然如何又读书又实践更好了
- 23、虽然不做销售，不过里边的销售小技巧感觉挺干货
- 24、对于刚刚开始做销售的人来说，这书非常有用！实用性超强！
销售不是产品在战斗，而是人在拼搏！客户订单没有应该是谁的，而是谁抢到了就是谁的！
“我是一名演员。”这是周星驰在《喜剧之王》中说的一句话。在人生的舞台上，我们何尝不是一名演员？人生的戏最后演的效果如何，主要还是看我们自己是不是刻苦，是不是努力，是不是谋划过，是不是尽心过！人生的戏，是我们自己演的！成功，亦是我们自己导演出来的！
- 25、作者有超强的说服力
- 26、没有标题

《销售就是要搞定人》

在你的本子上写销售日子，然后没事的时候翻翻，每隔2-3个月发一封短信，简单问候下。这样长期保持关系。到需要的时候，自然轻易就把线给联系上了。”拜访的频率也是很重要的，有句话说“日久生情”如果有频率的拜访好客户，就不能有效的建立关系。在与客户的交往中有很多注意点”人，最忌讳交浅言深，乃君子所戒”。和客户建立关系的切入比较难，因为是陌生人，他们总是有所保留。倪总的坚持给了我方向，他总是被拒绝3次5次之后才邀请到人家吃饭。不断的要求是此时的核心。

已经建立了良好的关系下一步应该做什么呢？激起顾客的欲望。首先要找到客户的需求点。对客户的老板谈回扣，是找死。对老板的手下谈你销售的产品给他带来的技术，生产，经营上的好处，那也是找死。所以说服老板必须言奇，说服下属必须言利。然后通过联想和痛苦不断的扩大他们的欲望。

下一步就是根据产品的专业知识，向他们宣扬我们产品的独特优势。再分析竞争对手，塑造出我们产品的独一无二。

以前已经扩大了欲望现在就是说明如何满足他们欲望的时候了。这个时候再要求合作。这是目前总结的基本思路。

摘录：

上面人搞定，下面搞不定有20%被人翻盘的机会。
下面人搞定，上面人搞不定，有80%被人翻盘的可能！

恐惧也是值得我们销售要利用的情感之一。
地位越高的人，得到也越多，也就越害怕失去，所以就会越恐惧。

一个销售进别人的办公室里首先要观察，看看有无显示客户个人兴趣或者爱好的东西，你比如：如果墙上挂副字，说明他喜欢书法！

没有任何关系，只要恰当的引起客户的好奇，进而加深客户感情，也能取得订单，大部分的生意都是销售不犯重大错误，水到渠成拜访而来的，没多大销售技术含量，真正的斗智斗勇的生意都是相当重要的，合同额巨大的，所以各个公司都极为看重，派出最强高手迎战！这样的竞争很好看也很残酷！

一份专业的产品推荐信，是克敌制胜的有效武器之一。想成为高手的销售们不得不要在这方面下功夫啊

内心里不信任，但表面上你要和每一个人都称哥们！要会给自己伪装，要发自内心的，真诚的伪装自己，使自己都相信自己是真诚的，信任朋友的！

一个人越对你说，这事有他，他能帮你搞定一切，那么这事往往是没有任何成功希望的，这是很多老销售共同体会。

“ 在客户的单位里交谈是销售的大忌！ ”

“ 女人无所谓忠贞,只因受到的诱惑不够！ ” “ 男人无所谓忠诚,只因背叛的筹码太少！ ”

打个电话，有的人抓起来就打

打个电话，有的苦思一个小时反复考虑说辞和对方的反应。 所以，从最基本的打电话开始，普通的销售和高级的销售员就变现出巨大的差异了。

《销售就是要搞定人》

与聪明人说话，要表现见闻广博。
与见闻广的人说话，需要表现理性。
与地位高的人，态度要轩昂。

与地位低的人说话，要谦逊有礼
与有钱人说话，言辞要豪爽痛快。
与穷人说话，要动之以利引诱。
与勇敢的人说话，不能怯懦。
与愚笨的人说话，可以锋芒稍露，强势出面

我们的客户没有傻瓜，你真诚对他，他也会真诚对你。

微笑是可以传染的，信心也是可以传染，所以抱着必胜的信心，对你的销售会起巨大的作用。

活泼型的，让他多说，注意聆听他。明确支持他，哪怕错的，给他戴高帽子（有点厚黑学了）
懦弱型的，不急于获得他的信任，帮他定个目标热情鼓动他，迫使他决定。谈感情为主。

利益型的，向他提周密严谨的技术方案，遵守许诺。以干净干练的形象示他。遵守规则。

权力型的，开门见山的处事，谈话风格。承认他是领导是对的。坚持多沟通，多汇报你的想

法。

56、看楼主提了好多次温州，温州人路过。

57、这本书销售里面算比较好的书了，生动形象，市面大部分是教材，教材往往是枯燥的，故事往往是吸引人的。这是优势但是实际使用就要看个人的理解和造化了。销售更多因人而异，更多的在于勤奋，手上可调动的资源，思考总结。无数次失败才会成长。

58、入行销售6个月，上个月开始看本书，看过以后认识了很多销售中存在的潜规则、销售技巧、言行技巧，对本人有一定的提高。

文中例子非常接近事实，行文偏向于小说，通俗易懂。

整不错的一本书，对我启发挺大的，建议阅读！

59、比较务实接地气受用的一本书。

60、一口气读完的销售书！

61、销售

62、正在读，以小说的形式述说了一个人物的成长，像我这样的销售小白确实颇有帮助！

63、嗯，我那天找了好久，不见了~~

64、非常非常棒得销售书籍 读完觉得我之前对待销售工作得想法果然太天真了 以及也认识到了自己之前很多的不足和错误 受益匪浅 而且书里很多工作关系处理的方面的tips真的非常有用 肯定是不适合只读一遍的书

65、看了阉割版的已经很有收获，那个天涯的帖子已经没了，有没有人整理过那个帖愿意分享一下的~~

66、很实用.....

67、在专八和春招期间拖拖拉拉看完，也确实对我的工作意向有着一定影响。

1.边看边感慨销售工作处处是学问&陷阱，扶额叹息若是自己以后走上营销岗会被虐成什么样（看到HR问女销售喝酒那里意识到自己之前被套了...）后面的案例分析很多没看懂，应该是我没有实战经验无法体会吧，日后工作要再读一遍。

2.优秀的销售人员不仅需要专业的产品知识，过硬的个人素质也必不可少。就像书里说的，做销售就是做人。不过私以为书里的技巧心得在很多事情上是共通的，不管以后从事了哪类职业，希望都能够多看书提升自我，与人交际保持真诚，多学习专业知识。嗯，真话！

《销售就是要搞定人》

(PS:工作定下来后看我到底签了什么...诶发offer的我又不想去了想去的还没消息,捂脸哭...)

68、非常棒的一本书!虽然我不是做销售,但是从这本书上还是学到了很多。与以前的那些空洞的销售理论书不同,这本书里面的案例都非常具有实战性。而且,从这本书里面你得到的不仅仅是那些小技巧,而是那些做事的思路,对事情进展大局的把握,甚至包括一些对人生的思考。作者文笔也很好,我特别喜欢“在路上”那一部分。

买的时候是看销量和大家的推荐买的,非常满意,感谢作者,也感谢大家!

69、天涯的删了?天涯第一帖啊?少多少流量

70、万里写的什么书~偶看了好多销售书~

71、这本书改变了很多我对销售领域的认识、甚至是对社会的认识、人的认识。

销售说是一门技能,不如说是做人的学问,如何让人在与你交往的过程中如沐春风,觉得你是个“入道”的人,做事情有分寸,可靠而值得信任。这本书不能仅仅看成是一部简单的教你招术的武功秘籍,其实这是一部可以一统江湖的“武穆遗书”。销售,是创造价值的决定性部分。这也是为什么很多成大事者都是销售起家,参透了社会运行的密码,成功自然手到擒来。

前一部分值得再看。

72、吹牛逼之作

73、现在只用手机看了网络版的,各种的case很不错。还有不少理论上的指导,可以说是从宏观的整体设计布局到微观的具体操作都有了。很不错的一本书。跟其他的基本销售小说相比,很实在,切中要害。

实体书也买了,还没看,我猜就会有很多被和谐掉的内容,呵呵。

74、听完

75、一个销售经理的经验之谈。各行各业都不容易。

2011年读

76、绝对的实战派

77、好书

78、真的很接地气,我觉得每个做销售的人都应该读,也有私心都别读,就我读。哈哈,欢迎书友来交流、裙。 530 693 354,记得说接地气

79、纸上得来终觉浅,须知此事必躬行。

是一本干活非常多的书。

赞一下色哥。

从在天涯上看了色哥的帖子之后,就一直关注色哥。

看帖,看书,看微博,先关注一个点,慢慢的延生到大的范围。

- 80、
1. 销售员在任何时候都要冷静,不让表面现象牵着鼻子走,一定要看清本质才动手。
 2. 打开客户心门最省钱、最有效的方法,就是赞美你的客户。
 3. 带领团队,忠心比能力更重要,宁要一条忠心的狗,也不要一头离心的狮子。
 4. 老是重复错误的销售方法那是愚蠢,要善于总结为什么不被客户接受,这样才会进步。
 5. 成合格销售的前提是多跑客户、善于总结。搞定关键人的前提是要善于鉴定人,要敏感,要能拉近和客户的距离。
 6. 人人都仰慕出类拔萃、人见人敬的人,你、我和客户都是这样。
 7. 多说些肯定的语言、诱导性的暗示语言,说话的时候最好搭配一些恰当的手势。
 8. 自信,一个自信的、有很好气质的人,永远是焦点,永远吸引人。
 9. 从五个方面培养初级销售人员,外形、气质、语言、自信、产品知识。

《销售就是要搞定人》

10. 解决问题首先是战略上的，是对规律的掌握，然后才是技巧上的，最后才是心态、细节上的。
11. 微笑是可以传染的，信息也可以传染，所以抱着必胜的信心，对你的销售会起巨大作用。
12. 拿下小客户靠做人，因为小客户没多大利益冲突，拿下大客户靠方法，靠计谋，因为大客户利益巨大，而人性在利益面前是没有价值的。
13. 销售应该是，一身名牌西服，一台手提电脑，有一定品味，言之有物，不经意间就带出些专业知识，不低头也不抬下巴，他一进门就带着淡淡的、友善的笑容，他有一双专注的眼睛，不犀利，也不游移不定。
14. 每个成功的销售人员都有担当的精神，或者叫责任心。你负责的案例不管成败与否都要付出全力，坚持到最后一秒。这不是说教，这种肯担当的精神，实际上是成功人士的共同特点之一。
15. 借口永远是不成功者的挡箭牌，看一个人销售水平如何，就看他是不是在找借口，一旦销售员给自己找借口，那么就可以给他贴上“劣质销售员”的标签了。
16. 身上随时备点小礼品。
17. 永远给客户留下诚实可靠的印象。
18. 将欲取之必先与之，要想和客户加深关系，就必须给客户一个思考反应的空间。
19. 投其所好，胜算八成，其实每一次销售活动都是用饵下钩。
20. 销售中期的关键就是差异化，差异化给你一个标签，使你看上去与众不同，吸引客户眼球，引起客户的注意和兴趣，这是在具体跟单过程中期必须要标明和做到的，唯有这样，客户才会对你关注多一些。
21. 对一件事情判断不出对于错的时候，你选择了，就走下去，走下去就会有路。
22. 任何销售员面对的都不是客户的公司，而是客户的个人。
23. 善待我们接触过的每一个人。
24. 让顾客感觉到你能为他两肋插刀，要让他感到你的诚意和认真。
25. 一个人越对你说，这事有他，他能帮你搞定一切，那么这事往往越是没有任何成功希望的，这是很多老销售共同体会。
26. 做一个单子最少要培养一个关键人，这样你才能了解客户，知道客户的想法，也才能明白自己的打法。
27. 没有内线，业务员靠感觉作出的决策往往是不全面的，是没有判断依据的，往往到最后也不明白自己该怎么做。
28. 只要你对生活有热情，对人热心，懂得察言观色，在不动声色间让人对你产生好感，而且知晓人情世故，并懂得预判事态发展的趋势，然后努力工作，那么就会精彩的故事。
29. 每一次拜访都要给下一次拜访留有余地。
30. 电话时间要精短，语调要平稳，说话要谦虚从容，内容要清晰，说话要合乎礼节，理由要充分，切记心绪浮躁，语气逼人，尤其是顾客借故推托后，更须平心静气，好言相向。

81、很贴近生活

82、感谢链接上的整理贴，买的书删了好多，回头把原帖打印一份出来。

我大二买了这本书，反反复复的看，真是学到了很多。

买书的第一个暑假去21世纪干了两个月的中介，虽然拿单量一般，但是我带单成功率至少三分之一多。这一本书教会了我真是太多太多，不仅仅是一些营销技巧。

一个小县城出来的穷小子打开了潘多拉。

有感而发，语无伦次。

83、比较真实亲切地切入对营销人的了解 不过这仍旧不同于我对营销的了解 我总还有些浪漫主义的幻想 偏不功利 偏要感性

84、很棒的销售书籍。准备拿出来温习一遍。

85、具有指导意义

1、完成了第一本销售启蒙书的阅读，并且在忠县教委完成了第一次应用，敲开了梁主任和李主任的门，并且登门拜访，在这里记录下读书笔记，并且在实践中不断运用，再不断自己总结，肯定能将事情做好。* 目标可以让人专注于所作的事情，如果力量能够专注，哪怕一个小石子也可以砸死一个巨人。很多人将精力浪费在乱七八糟的小事情上，而这些小事情往往让他们忘记自己要干什么，以至最后一事无成。* 先做朋友，再做生意。* 销售就是试错的过程，不要怕失败，宝剑锋从磨砺出。* 李嘉诚说过，事情有60%机会成功的时候，就100%可以做了。别去期望有100%会成功的事情你才去做，当事情百分之百会成功的时候，就会发现已经占满了竞争者，别人也希望成功啊。* 经常看到新销售员第一次见到客户就拼命的向客户介绍产品、介绍企业，试问客户和你不熟悉，不把你赶出去就已经算是给你面子了，他还会认真听你的介绍吗？* 搞定关键人的前提是：1) 善于鉴定人；2) 要敏感；3) 要能拉近和客户的距离。* 比勤奋更重要的是业务修养，简单的说，能不能将客户镇住。要在客户面前将自己伪装成他的同级别或者更高级别的人，这样客户才尊敬你，认可你，才会和你讨论工作，才会对你说真心话，而不是忽悠你。* 自信！你自信所以显得有权威，这样你说的话才有分量！所以无论什么场合，都要充满信心，步履坚定，笑容亲切，抬头挺胸。* 落后于竞争对手，多运用“浑水摸鱼”的技巧。* 销售丢单就丢在没计划好拜访的密度上，A类半月要订货的客户，业务员必须天天守在客户那里（主要是公关技巧）；B类两个月要订货的客户，业务员必须最少一个星期去一次客户那里（主要是侦查客户情况）；C类两个月后要订货的，业务员每个月去一次客户那里（主要是判断发力时机）。* 对付上面有关系的下属，一定要挂起来，将其放在一个不毛之地让他折腾，如果成功就让位；如果不成功，抓住小辫子就一击致命，他人也无话可说。* 我们经常高估或者低估和我们有关的人的能力，所以为了还原事情本质，一定要多花时间在客户身上，看透客户才能更好的让客户帮助做单，你花多长时间在客户身上，客户就回报你多少。* 一个销售管理者通过估算销售员的有效拜访客户的时间，就可以预测他近几年的作为了。一个花在客户身上有效时间不多的销售员，无论他有什么借口，都不会有好结果。* 不谋万世者，不足谋一时；不谋全局者，不足谋一域。* 微笑可以传染，信心也可以传染，所以抱着必胜的信心，对你的销售会起巨大的作用。* 经常有人感叹“煮熟的鸭子又飞了”，这是在关键时刻没把握好机会，以至于人生两重天。* 抽空多看看新闻联播和当地政府新闻，这也是高级销售人员的必修课之一。* 销售越是到客户高层的时候，越是需要商业之外的东西。比如一个老总，你去和他聊产品，他不会感兴趣，产品由他手下把关即可。但你去和他聊聊高尔夫，可能会聊的很好。* 普通的销售员，是遵守规则的；优秀的销售员，是突破规则的；高级的销售员，是创造规则的。* 拿下小客户靠做人，因为小客户没多大利益冲突；拿下大客户靠方法、靠谋计，因为大客户利益巨大，而人性在利益面前是没有价值的。* 销售应该是一身名牌西服，有一定品味；言之有物，不经意间就带出专业知识；不低头也不抬下巴，一进门就带着淡淡的、友善的微笑；有一双专注的眼睛，不犀利，也不四下乱瞟。* 人，最忌讳交浅言深，此乃君子所戒。有些话时机未到就提前说了，那叫轻浮；有些话应该说而你说不说，那叫误事。* 第一次拜访客户之后一定要发送短信表示感谢。好处有四：一 可以让客户重新回忆你的样子，记住你的时间会更长一些；二 客户收到短信肯定是心情愉悦的，毕竟你在惦记着他，在感谢他；三 证明你是素质高的人，知道礼节；四 这也是钩住客户的一个手段。* 新手往往把公司和同事想得很美好，把公司当作家一样依赖，所以新人容易给别人当替罪羊，黯然出局。* 一个打工的销售员千万别将你个人的社会关系用到你的销售工作中，你的老板一旦不守信用，你的人际关系就都完蛋了。* 无数销售员日子过得不好，其中一个重要的原因就是无法积累更好的客户关系，原因有二：意识老板自己将客户接收过去，二是老板不守信用导致客户流失。而如果不积累很好的客户关系，销售人员想翻身都难。* 送礼物前要构思好说辞，给客户一个不能或不好拒绝的理由。人就是这样的，只要是得到哪怕是一点儿恩惠，也会想办法回报的。* 如果你一无所有，记住，你就多交朋友。如果你已有小成，记住，千万别太信任朋友，因为你的朋友也要费，而最直接、最快速的飞，就是踩在你的头上飞。* 任何一个组织，都是分派别的，都有利益获得者，利益未获得者，所以我们领先的时候就搞定利益获得者，就是当权派；如果有竞争对手搞定了当权派，就去搞定客户的失意者、利益不满者，与他们结盟，图谋翻盘。* 不能给人信任感的销售人员永远无法独自做单。* 董事长的级别非常高，但人都怕磨，一回生，二回熟，三次就是朋友了，所以最少找董事长三次，三次以后你就不会感觉董事长很高了。* 一个人越对你说，这事有他，他能帮你搞定一切，那么这事往往越是没人和成功希望的，这是很多老销售的共同体会。* 我们不怕对我们严肃

《销售就是要搞定人》

过程，弥补了那些培训类书籍的不足。初入销售的我颇受启发，勾勒出完成整个销售过程的框架。我们假定客户已经有了这方面的需求，该如何去搞定它呢？完成一项销售首先要和客户搞好关系，必须走进他的心里成为朋友。如何才能做到这些呢？作者给了建议“很多年轻的销售，拜访完客户就回去了，甚至连招呼也不打。这怎么能让客户喜欢你呢？一个成熟的销售应该在他拜访完客户，离开客户的1-2天内，给客户电话或者写信，告诉客户，他已经离开了，谢谢他的招待，下次再去拜访他，请他吃饭。这样假如以后真的需要请吃饭，由于你事先多次做请吃饭的语言铺垫，请客户出来也容易的多。”“有的销售喜欢五一，春节给久未联系的客户发短息祝贺，靠，这一天，有权势的客户估计会气疯，手机里全部是这样的抄袭，转帖的短信。这样临时抱佛脚能起多大的作用呢？还不如，你认真的在你的本子上写销售日子，然后没事的时候翻翻，每隔2-3个月发一封短信，简单问候下。这样长期保持关系。到需要的时候，自然轻易就把线给联系上了。”拜访的频率也是很重要的，有句话说“日久生情”“如果不能有频率的拜访好客户，就不能有效的建立关系。在与客户的交往中有很多注意点”人，最忌讳交浅言深，乃君子所戒”。和客户建立关系的切入比较难，因为是陌生人，他们总是有所保留。倪总的坚持给了我方向，他总是被拒绝3次5次之后才邀请到人家吃饭。不断的要求是此时的核心。已经建立了良好的关系下一步应该做什么呢？激起顾客的欲望。首先要找到客户的需求点。对客户的老板谈回扣，是找死。对老板的手下谈你销售的产品给他带来的技术，生产，经营上的好处，那也是找死。所以说服老板必须言奇，说服下属必须言利。然后通过联想和痛苦不断的扩大他们的欲望。下一步就是根据产品的专业知识，向他们宣扬我们产品的独特优势。再分析竞争对手，塑造出我们产品的独一无二。以前已经扩大了欲望现在就是说明如何满足他们欲望的时候了。这个时候再要求合作。这是目前总结的基本思路。摘录：上面人搞定，下面搞不定有20%被人翻盘的机会。下面人搞定，上面人搞不定，有80%被人翻盘的可能！恐惧也是值得我们销售要利用的情感之一。地位越高的人，得到也越多，也就越害怕失去，所以就会越恐惧。一个销售进别人的办公室里首先要观察，看看有无显示客户个人兴趣或者爱好的东西，你比如：如果墙上挂副字，说明他喜欢书法！没任何关系，只要恰当的引起客户的好奇，进而加深客户感情，也能取得订单，大部分的生意都是销售不犯重大错误，水到渠成拜访而来的，没多大销售技术含量，真正的斗智斗勇的生意都是相当重要的，合同额巨大的，所以各个公司都极为看重，派出最强高手迎战！这样的竞争很好看也很残酷！一份专业的产品推荐信，是克敌制胜的有效武器之一。想成为高手的销售们不得不要在这方面下功夫啊内心里不信任，但表面上你要和每一个人都称哥们！要会给自己伪装，要发自内心的，真诚的伪装自己，使自己都相信自己是真诚的，信任朋友的！一个人越对你说，这事有他，他能帮你搞定一切，那么这事往往是没任何成功希望的，这是很多老销售的心得体会。“在客户的单位里交谈是销售的大忌！”“女人无所谓忠贞，只因受到的诱惑不够！”“男人无所谓忠诚，只因背叛的筹码太少！打个电话，有的人抓起来就打 打个电话，有的苦思一个小时反复考虑说辞和对方的反应。所以，从最基本的打电话开始，普通的销售和高级的销售员就变现出巨大的差异了。与聪明人说话，要表现见闻广博。与见闻广的人说话，需要表现理性。与地位高的人，态度要轩昂。与地位低的人说话，要谦逊有礼。与有钱人说话，言辞要豪爽痛快。与穷人说话，要动之以利引诱。与勇敢的人说话，不能怯懦。与愚笨的人说话，可以锋芒稍露，强势出面我们的客户没有傻瓜，你真诚对他，他也会真诚对你。微笑是可以传染的，信心也是可以传染，所以抱着必胜的信心，对你的销售会起巨大的作用。活泼型的，让他多说，注意聆听他。明确支持他，哪怕错的，给他戴高帽子（有点厚黑学了）懦弱型的，不急于获得他的信任，帮他定个目标热情鼓动他，迫使他决定。谈感情为主。利益型的，向他提周密严谨的技术方案，遵守许诺。以干净干练的形象示他。遵守规则。权力型的，开门见山的处事，谈话风格。承认他是领导是对的。坚持多沟通，多汇报你的想法。

7、首先，倪先生肯定是有本事的厉害人物，但我觉得应该有些名过其实。为何我这么说，懂的人都知道这部书原本是倪先生2009年以网名“她笑着说我有色”，人称“色哥”，首发于天涯社区职场天地，贴名为《商小说 销售没冬天》（帖子地址），此贴连载后轰动一时，深受网友推崇，后来出了纸质书，书名就是这本low的：《销售就是要搞定人》。1.这本书本来是一部小说，小说意味着销售过程中虚假编造的情节是很容易存在的，但副标题为：一个销售总经理十六年的抢单笔记，说是笔记有误导读者之嫌，窃以为原帖名字就更好，其实我初次也是看到这部书的实体书，现在想想那些让我膜拜的精彩销售案例说不定好多是作者YY的，这种笔记实在有点伤心。2.据天涯网友爆料倪先生是什么造谣社出身，个人简介中的“香港BSM特材阀门公司总经理”是假的(我在百度必应谷歌确实都没有搜到这个公司的信息)，在天涯实习版主期间私自封反对意见的ID和帖子，2011年3月实习版主被免（

《销售就是要搞定人》

有截图)。(详见此贴)这件事色哥没有正面回应,我不全信一面之词,但觉得多少还是有点问题的。3.倪先生09年发帖时就当过各种500强销售总监,应该在工业销售界叱咤风云的人物,自称“当当网销售管理类图书2011年--2015年连续5年排名前10畅销书《销售就是要搞定人》作者”,到如今应该地位不低,但是在这个媒体爆炸的时代,网络上搜不到任何关于他的媒体报道或者采访,微博仅5000+粉丝,还有独立公众号,盈利应该主要靠线下授课(公众号文章链接),一天1200元,这也是一种盈利颇丰的营销方式,但是总觉得跟他这么高人气(无论是论坛粉丝还是当当销量)有些不符。总之我觉得这本书当销售小说可以打8.5分,但销售营销的实战案例分析书大概是及格水平,我相信有不少人因为这本书获得了帮助和动力,我也是对这本书有兴趣才去搜索倪先生相关资料,然后有以上一些看法,分享大家给大家多一个角度,如有错误请大家指正。

8、之前看过很多关于销售的书,懂得很多国外销售大师的理论,但却把这本书当做我销售的入门教材,把作者色哥当成我销售的启蒙老师。正所谓一日为师,终身为友,在此先向色哥敬礼!不过后来我加了色哥的微信,发现色哥在这本书火了之后,现在开始动歪脑筋,动不动想搞一个培训班圈点钱.....总之,这是一本好书!不仅仅有理论,每条理论后面还有具体的一条一条色哥自己跑单的经历,先把理论总结如下,方便重读!

1. 销售员在任何时候都要冷静,不让表面现象牵着鼻子走,一定要看清本质才动手。
2. 打开客户心门最省钱、最有效的方法,就是赞美你的客户。
3. 带领团队,忠心比能力更重要,宁要一条忠心的狗,也不要一头离心的狮子。
4. 老是重复错误的销售方法那是愚蠢,要善于总结为什么不被客户接受,这样才会进步。
5. 成合格销售的前提是多跑客户、善于总结。搞定关键人的前提是要善于鉴定人,要敏感,要能拉近和客户的距离。
6. 人人都仰慕出类拔萃、人见人敬的人,你、我和客户都是这样。
7. 多说些肯定的语言、诱导性的暗示语言,说话的时候最好搭配一些恰当的手势。
8. 自信,一个自信的、有很好气质的人,永远是焦点,永远吸引人。
9. 从五个方面培养初级销售人员,外形、气质、语言、自信、产品知识。
10. 解决问题首先是战略上的,是对规律的掌握,然后才是技巧上的,最后才是心态、细节上的。
11. 微笑是可以传染的,信息也可以传染,所以抱着必胜的信心,对你的销售会起巨大作用。
12. 拿下小客户靠做人,因为小客户没多大利益冲突,拿下大客户靠方法,靠计谋,因为大客户利益巨大,而人性在利益面前是没有价值的。
13. 销售应该是,一身名牌西服,一台手提电脑,有一定品味,言之有物,不经意间就带出些专业知识,不低头也不抬下巴,他一进门就带着淡淡的、友善的笑容,他有一双专注的眼睛,不犀利,也不游移不定。
14. 每个成功的销售人员都有担当的精神,或者叫责任心。你负责的案例不管成败与否都要付出全力,坚持到最后一秒。这不是说教,这种肯担当的精神,实际上是成功人士的共同特点之一。
15. 借口永远是不成功者的挡箭牌,看一个人销售水平如何,就看他是不是在找借口,一旦销售员给自己找借口,那么就可以给他贴上“劣质销售员”的标签了。
16. 身上随时备点小礼品。
17. 永远给客户留下诚实可靠的印象。
18. 将欲取之必先与之,要想和客户加深关系,就必须给客户一个思考反应的空间。
19. 投其所好,胜算八成,其实每一次销售活动都是用饵下钩。
20. 销售中期的关键就是差异化,差异化给你一个标签,使你看上去与众不同,吸引客户眼球,引起客户的注意和兴趣,这是在具体跟单过程中期必须要标明和做到的,唯有这样,客户才会对你关注多一些。
21. 对一件事情判断不出对于错的时候,你选择了,就走下去,走下去就会有路。
22. 任何销售员面对的都不是客户的公司,而是客户的个人。
23. 善待我们接触过的每一个人。
24. 让顾客感觉到你能为他两肋插刀,要让他感到你的诚意和认真。
25. 一个人越对你说,这事有他,他能帮你搞定一切,那么这事往往越是没有任何成功希望的,这是很多老销售的心得体会。
26. 做一个单子最少要培养一个关键人,这样你才能了解客户,知道客户的想法,也才能明白自己的打法。
27. 没有内线,业务员靠感觉作出的决策往往是不全面的,是没有判断依据的,往往到最后也不明白自己该怎么做。
28. 只要你对生活有热情,对人热心,懂得察言观色,在不动声色间让人对你产生好感,而且知晓人情世故,并懂得预判事态发展的趋势,然后努力工作,那么就会精彩的故事。
29. 每一次拜访都要给下一次拜访留有余地。
30. 电话时间要精短,语调要平稳,说话要谦虚从容,内容要清晰,说话要合乎礼节,理由要充分,切记心绪浮躁,语气逼人,尤其是顾客借故推托后,更须平心静气,好言相向。

9、这本书销售里面算比较好的书了,生动形象,市面大部分是教材,教材往往是枯燥的,故事往往是吸引人的。这是优势但是实际使用就要看个人的理解和造化了。销售更多因人而异,更多的在于勤奋,手上可调动的资源,思考总结。无数次失败才会成长。

10、非常棒的一本书!虽然我不是做销售,但是从这本书上还是学到了很多。与以前的那些空洞

《销售就是要搞定人》

的销售理论书不同，这本书里面的案例都非常具有实战性。而且，从这本书里面你得到的不仅仅是那些小技巧，而是那些做事的思路，对事情进展大局的把握，甚至包括一些对人生的思考。作者文笔也很好，我特别喜欢“在路上”那一部分。买的时候是看销量和大家的推荐买的，非常满意，感谢作者，也感谢大家！

11、入行销售6个月，上个月开始看本书，看过以后认识了很多销售中存在的潜规则、销售技巧、言行技巧，对本人有一定的提高。文中例子非常接近事实，行文偏向于小说，通俗易懂。整不错的一本书，对我启发挺大的，建议阅读！

12、居然被改成销售就是要搞定人 豆瓣上没书评乱写了个 我来写书评的，算是顶下色哥。多年未执笔，不知从何入手了。 开篇对出版社的白痴书名表示由衷作呕下，难得色哥写的这么一手好资料，你说被河蟹掉大半情节倒是可以理解，毕竟政治大国，诸多思路上不得台面，但是没来由的你偏要盲目从流，由着自以为是的所谓畅销书理念，把书名改得这般俗不可耐，而后自己蹲回井底，夜郎自大，独步井下，真的让人好生伤心。。。 好了，无聊浪费生命，下面归正题。 想当年自己初出校园，满脑子正义理想，所幸第一份工作从事温州房产中介，打交道的都是几百万资产的人精，一年半载后虽然未修成正果，倒也是对销售、社会精英有些深刻体会。读万卷书，行万里路，体悟自不同。而后一不小心在天涯上看到色哥帖子，销售中种种体味思索顿时杂陈上来，真如沐春风，醍醐灌顶。色哥的老到的社会经验，人性的心理分析，出谋设计，运筹帷幄，真是拍案叫绝，于是穷追不舍，一路追帖，真到色哥弃楼（或半弃楼）。 一、少时很喜欢看三国，据传罗贯中身前也是半个谋士，书中故事如孔明等设计，都是依对手性情而设，但是前期调查总有不详，故后面局成，总有天助之嫌。色哥料事，却是对对手精明透里，厚积薄发，有水到渠成之妙。举例言，应聘，首先分析招聘者的需求所在，而后以异而出，切对方需求点而出，丝丝入扣，所以总能成功。比如应聘德企，大声由衷赞女领导，成功应聘，进入企业后又依人之患在好为人师，主动请教已知答案的问题，后期女领导便多有照顾，和气融融。色哥阅历至深，看问题总能由杂入简，切中要害，比如招聘单位是招纯筛选工作用业务员，抑或是开拓型业务员，都有先明析后入手过程。又如潇洒哥接对方招书邀请，三点便知客户已被对方搞定，自己纯粹陪标抬价用。看问题深入骨髓有多处，想几处补几处。又如资本逐利性敢冒绞首的危险，人性的可收买价值（不一定是价格），色哥签过无数的反行贿协议，说在某网友的眼里，中国无疑是个完美的国度。八二原则的实践意义，达成目的的分阶段可执行方式，一步步筛选下来。决策人、影响人、推荐人的利害关系，如果仅搞定老总，下面人叫老总自己担风险签合同的例子。办公室永远是高大全的话，这个倒是非常方便的解释几乎中国所有的新闻联播和中国几乎所有的报纸。约对方出来习惯性的多次电话，根本无所谓挫折感，都成一种职业习惯了，厉害。帮手搞定原自己的业务员于泉在跟的单子时，对客户采购的心理分析。不认可一勤天下无难事，而是定义为勤是成功的基石，而非成功的必然。卡内基到后来，都是在环球旅行的，偶印象深刻。国内有很多的销售书盲目宣扬勤，可能跟中国的传统价值观有关，我在温州接触太多的温州老板每天无所事事，同样有多房好车的。 再、思路开阔，拿单不一定要自己努力搞定采购方，退而研究竞争对手，以外企工作交换而成，独辟蹊径，达成目的，一般还真想不到这一步。 三、反间踏雪无痕。端掉副总的小兵，无形无象达成目的。端掉副总却是墙倒众人推，副主自己树敌太多之过，色哥只是顺势而行。反间客户老总与手下副总等却是狠招，竞争对手这么强势的关系工作被一举击破，着实厉害。如果没有这个切入思路，这个单子被对手工作做的这么好，几乎是铁板上钉的，如果生在宋朝，几乎就是利用皇帝靖康之难后又迎回老皇帝自己做不稳的心理，一举除掉岳飞的翻版。当然，纯目的分析，不作历史贬褒。皇权封建，弄个秦桧背骂名，怎么也骂不到皇帝头上，可怜岳飞如此英雄人物，也达不到目的，反而屈死。如色哥所言，也许你所有的心机、勤劳、苦楚、奔走，不及领导的一个小小的暗示运作。西门子的空手套白狼算半个反间了呵。真是厉害的。 四、不害人理念。个人感觉相当重要。心机总要害人，商人唯利是图，才是商人。色哥搞定客户后，提高门槛，使竞争对手提价，但是于客户一关，把握住能用的质量。真的是一个很好的平衡点，既打败对手赚到利，又不伤害客户，与坑蒙拐骗分开来，生意才能长久。帖子中色哥进一步提及机子卖贵，总比客户一次次万字头的换风扇叶轮，于成本仍是一种控制。更多的是平衡网友的心理，也算是一种师出有名的做法。换言之，赚专业的钱，又合理的赚。不过说回来，色哥打交道的又多国字头的企业，倒颇有劫贫济富的感觉了，比如说，想办法赚中石化的钱，最后这笔钱没用拿来买酒买灯买别墅，心理上好承受些吧。 五、成熟心态。比如立志，色哥便来个有些人立长志和有些人戒烟常立志之说，自己读到此大笑。比如坚持，好胜（不一定好斗，但一定好胜）。比如人生的规划，原始资本人脉积累，到自己立业的一步步

《销售就是要搞定人》

过程。六、销售与众不同的把握，即色哥说的异勇察，察，然后评勇而异。比如在名片后写佛，风水之类的引起牛总关注。竞争同质化后的胜出，企业运作中凭异而起的好多，像以前的标王秦池、三株、脑白金，解决前很会打广告的黄楚九。现在的王石、乔布斯等，研究起来倒是很有共性，最终都达到目的。七、节奏的把握，主要是拜访频率，客户三类人的轻重主次把握，回扣点的谈出时间点等。还有个单子是趁五一长假竞争对手放松时做下的呵。自己做中介进也印象深刻，我的主管平时每天无所事事，一到A类客户有权有钱有急的需求，带看谈判到晚上十二点，不签合同不结束。深刻受教。余世维讲座中也有这个理念，重要紧急，重要不紧急，紧急不重要，不重要不紧急，很多销售类杂书中的客户ABC分类，却是一种极其重要的必须要养成的销售习惯。本来想翻着帖子补充的，先乱写一点吧。下面粗析下不能认同的一些观点：一、傍大官。我一点都不认同老雷的人生哲学。官是用来借势，但关键还是要自己有本事把企业办起来，如果没有官提，自己卖鱼数年后必定是个大鱼贩，这种心态做事。这点上，我个人更认同独立。朱新礼是弄到个破产小厂后一人去德国接订单把企业做起来的，宗庆后也是有本事把校办小厂搞的这么大的，这是个人能力，而不是哪个大官罩着扔个大厂过来。当然色哥也说过把农民弄到中南海的问题，说明色哥也认同个人能力。当然就目的而定，老雷也有些钱，虽然不是大富。只是个人感觉色哥对这类现象认同有点太强烈。二、用人不疑，疑人不用。个人感觉色哥如果识人到深度，还是要信人，只是怎么识人信人看人操作了。这个正反例子都很多，比如刘备与孔明的关系，三顾、托孤时自立为王的话，曹操破袁绍后烧信，李秉哲避灾回来李舜根交钱重振事业，本田宗一郎、藤泽武夫，盛田昭夫与井深大一辈子的分工合作关系，反之如时下热闹的国美争权，松下幸之助与井植熏，邵逸夫与亚视那个老板叫什么忘了，自己查资料吧。正反面都有，只是个人感觉色哥太偏向于另一面，这样不容易成大业。吃饭，不写了，不管怎样，感谢色哥贡献好帖，偶看销售以来最好的帖子（出版书不算，河蟹的厉害）另补充一些，卖米的故事是王永庆的，李嘉诚只卖过塑料，韩国的郑周永倒也是卖过米。末，这是色哥的天涯原帖，所有做销售必须去看的<http://www.tianya.cn/publicforum/content/no20/1/288309.shtml#Bottom>

13、对于刚刚开始做销售的人来说，这书非常有用！实用性超强！销售不是产品在战斗，而是人在拼搏！客户订单没有应该是谁的，而是谁抢到了就是谁的！“我是一名演员。”这是周星驰在《喜剧之王》中说的一句话。在人生的舞台上，我们何尝不是一名演员？人生的戏最后演的效果如何，主要还是看我们自己是不是刻苦，是不是努力，是不是谋划过，是不是尽心过！人生的戏，是我们自己演的！成功，亦是我们自己导演出来的！

14、纸上得来终觉浅，须知此事必躬行。是一本干活非常多的书。赞一下色哥。从在天涯上看了色哥的帖子之后，就一直关注色哥。看帖，看书，看微博，先关注一个点，慢慢的延生到大的范围。

15、这本书看完之后一定要告诫自己多温习，太适合目前的自己去看了，订单不可能靠几次随便随便的在office的拜访，聊聊技术，扯一堆自己产品的卖点就能拿下，那是异想天开。想了想自己能成单的几个项目，1.金额20W，业主指定品牌，总包采购模式。成单关键：单子小，项目地点偏远（海南），竞争对手不重视，自己重视，报完价后紧密跟进，技术上也没有问题。这单子纯粹是属于捡的，但是后面也发生了很多故事，再小的单子都涉及到完整的买卖流程，涉及到利润，涉及到各专业负责人，所以一路下来也耗费了很多时间，精力。2.金额80W，业主指定品牌，并直接采购。成单关键：合作伙伴有业主副总关系，强而有力的内线，并在别的产品与业主采购经理有过良好接触，再加上厂家和合作伙伴良好的沟通，技术上良好的配合，和产品本身的先进性，一步一步解决异议，所以利润做得不错，皆大欢喜。3.金额600W，业主直接采购。成单关键：没有犯错。一开始其实没有太多关系可言，靠的就是良好的配合，真正满足客户的需求，取得了关键几个人的支持，还有就是价格运气成分居多！

综上，就是自己有过签合同的经历，其实还是糊里糊涂，其实都是比较台面上，或者能找到一个很好的中介人，关系人家能搞得定，自己很直接去“搞定”客户。导致和客户的关系都是很表面，其实很多时候，要做到，客户是帮自己的，你在客户公司内部是有coach的，这样才有了成交的可能性。这部书，是战略层面的，讲的是整个工业品销售的规律，其中夹杂着技巧，并且非常接地气（太适合我，我就是不够接地气），里面毫无忌讳地讲到送红包，送礼，很大胆，所以读者估计也很喜欢！销售菜鸟必读.....希望自己早日成为销售高手，完成原始资金的积累，早点有所成就！时间真的不等人，转眼间就一年一年过去了，毕业快三年了，时间在苒啊，要尽快成长起来，努力工作，努力锻炼，努力学习，正循环，赶紧牛逼起来啊！！！！End2015.7.28By Hammer书摘：1.打开客户心门最省钱，最有效的方法，就是赞美你的客户。2.总包的核心就是利润，价格战是有效的，别人做了关系，价格就高。如果是业主选择并指定品牌，那么你只要把握质量，一方面宣传质量（产品有多牛逼），一方面做

《销售就是要搞定人》

推荐人，关键人和拍板人的工作。一般这个打法是有效的。有关系最好，但是也要注意客户的真正的需求，因为你不能确保你找的关系就一定替你办事，或者能掌控一切。3.销售中充满了阴谋和陷阱，一个销售新手成长为高手实在不易，那都是用血泪和金钱咋出来的。4.销售说到底还是人与人之间的竞争。比竞争对手的sales牛逼，你成单把握就大了。5.商场如战场，不可不察客户内部，不可不擦己方。6.搞定关键人的前提是：1)你要善于鉴定人 2)你要敏感 3)你要能拉近和客户的距离要具备这样的能力，你必须1)多跑客户 2)善于总结6.人人都仰慕出类拔萃的人，你，我，客户都是这样。所以我们要在客户面前将自己伪装成他的同级别或者更高级别的人！这样客户才会敬重你，认可你，才会和你讨论工作，而不是忽悠你。7.要想成为一把利剑，首先就要学会包装自己！一个人形象要弄好！二.身上一定要有一个抢眼的地方，例如手表，皮鞋，皮带等，证明你成功的过去和成功的现在，每个人都向往成功，所以客户也自然愿意和成功的你打交道。三.自信。8.第一次见面时一瞬间的亮相，就足以决定一个人的身价。相亲的人总是第一次见面就决定是否要继续交流下去。9.做工业品销售，只要你丢掉一些幻想（幻想客户，自己的老板诚信，讲公平），二三年就可以改变自己的经济条件了。你自己想想，如果你够辛苦，每年总要签订几个合同。在你的人生经历中，你只要搞定一个大型客户，这辈子你就吃喝都有了。当然，前提是你能够将客户控制在你手里。（其实这就是有些厂家销售或厂家销售经理，后面跳出去自己做代理商的原因）10.别幻想和别人谈谈技术就能把合同拿下11.镇住客户，严格来说应该是吸引住客户，使客户对你产生兴趣。1.外形，要包装得体2.气质。要提高自己的气质。3.语言。多说肯定的语言，诱导性的暗示语言，最好搭配一些手势。4.自信。5.产品知识。产品知识很关键，要做产品的专家，这是内核。12.想得到人生的成功，就必须啃下硬骨头。关键机会的一次努力抵得上普通的几倍，几十倍的努力！例如连续一周都泡在客户那里，邀请不下五次请吃饭（意味着前面好几次都是拒绝），然后通过更多的接触，吃饭，去让客户真正帮你，或告诉你真正能起作用的人或事，然后继续往前.....这意味投入时间，精力，金钱，还有坚持到最后的决心。13.你花多少时间在客户身上，客户就回报你多少。14.一个项目假设三个月后订货，那么第一个月你两周去一次，金钱的投入就是随便买点烟什么的能小小促进感情的东西；第二个月，你就应该一周去一次，这时候，可以适当请吃的了。第三个月就是决战之月。你需要几乎天天出现在客户面前。如果第一个月你就按照第三个月的打法，结果就是客户会厌烦你频繁地去打扰他，二是你又再多的资金也不够这样花的。拜访节奏的快慢和资金投入多寡，要根据客户采购的缓急而采取不同的密度和频率，这才是一个成熟销售员日常要做的。15.无论你有什么样的目标，当你写在纸上，其实并不太难做到，难得是你没有系统地去认识，去思考。难的是你没有按照计划去铺垫未来的基础。不谋万世者，不足谋一时；不谋全局者，不足谋一域。16.成功者，总是提前布局的人。17.每个成功的销售人员都有担当的精神，或者叫责任心。你负责的案例不管成败与否都要付出全力，坚持到最后的疫苗。这不是说教，这种肯担当的精神，实际上也是成功人士的共同特点。18.一个优秀的销售员，将销售看成是改变自己命运的机会，而不是工作。合格的销售员做常理上应该做的，并把他做好。优秀的销售员，做最能改变局面的事，一举改变格局。合格的销售员跑100个客户，把自己累死，做出了200W的单子，还未老先衰。优秀的销售，只跑3-5个单子，一个单子500W，玩玩乐乐间就泡在了合格销售的前面。19.身上随时备点小礼品。20.一个成熟的销售，应该在拜访完客户，离开客户的1-2天内，给客户电话或者短信，告诉客户自己已经离开了，谢谢他的招待，下次再去拜访他，请他吃饭。这样加入之后真的需要请吃饭，由于你事先做了请吃饭的语言铺垫，请客户吃饭也容易得多。21.你是做生意的，记住你是和别人进行利益交换的，所以你是得给别人时间观察你，同样你也得慢慢观察客户。水是一度度烧开的。22.观察，差异，最后就要勇！100个人，有99个在患得患失，你冲出去了，勇敢做了，你就成功了。23.自己对征服客户都没信心，往往也真的不行，你信心不坚定，客户感觉到，自然就不怎么敢信任你，也不敢挺你。24.大型项目里，仅仅搞定一个人是没多大价值的。假如推荐者不推荐你，拍板人也不敢拍板你，因为风险太多。假如推荐者推荐你，影响者攻击你的弱点，拍板者也不敢拍板定你。假如推荐者推荐你，影响者没意见，拍板者你没搞定，变数同样很大。销售是全局的把握。25.该说的时候你不说，可能会浪费机会，别人也没动力。不该说的时了，别人会判断你轻浮，不敢和你合作。26.没有客户不是人。27.一份专业的产品推荐信，是克服制胜的有效武器之一。28.人就是这样，只要是得到哪怕你的一点儿恩惠，他也会想办法回报的。29.董事长的级别比你高很多，你感觉难度大是肯定的。但是人都怕磨，一回生，二回熟，三次就是朋友了。所以你至少要找董事长三次，三次之后他就没那么高了30.最大的敌人不是别人，是自己！犹豫的时候，不敢做的时候，勇敢去做了，就是牛逼。结语，只要你对生活有热情，对人热心，懂得察言观色，在不动声色间让别人对你又好感，而且知晓人情世故，并懂

《销售就是要搞定人》

得预判事态发展的趋势，然后努力工作，那么你的故事肯定会比我的精神！

16、有感：不管是做销售还是平常的人情世故，首先是建立在“道”的基础上去细化“术”，销售就是搞定人，确实是这样的，推荐意见商品，谈一段感情，交一个朋友，都是建立在好感方面的。悟到的几条：1，度，把握度非常重要，多一份就多，少一分就少，在这个度的把握上需要在做一件事情的时候，多思考，站在全局看局部，360度考虑细节的把握。2，心理战术，此点需要平时的人事积累，多分析对方的心理，站在对面立场上去考虑事情的期末。3，胆大心细，接受是从拒接开始的，不要清高，学着推销自己的魅力来吸引对方，销售不是侃侃而谈，而是做事，做到对方心坎上才是正解。4，自信，平时多给自己一些积极、乐观的暗示。5，提前预测事情的结果的最好方法是，站在未来看现在，比如，准备爬到100楼，首先先分析，爬一楼需要多少体力，时间，然后按此来计算到100楼需要的精力。6，产品的竞争方法，“察”多观察细节，事情的本质，原由。“异”差异化，找到自己与别人的竞争优势，哪怕是很小一个细节，也要用专业及词汇把他无限的放大，让对方感觉到事情的重要；“勇”勇气、勇敢，前面不管做的在优秀，如果没有勇气去让对方了解，怕被拒绝，最终还是等于零。7，达到专家级的奋斗过程：内功（专业知识）-----招式（说话的技巧）-----无招胜有招（道）。最终的高境界为“道”，漂浮虚幻，神龙见首不见尾。

《销售就是要搞定人》

章节试读

《销售就是要搞定人》

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:www.tushu000.com