

导论

销售行业的新现实

你现在所处的环境无法决定你能够走向何处，它们仅仅决定了你从哪里开始。

——尼多·库比恩

欢迎来到销售行业的新世界。未来将有越来越多的人以销售为职业，赚更多的钱并实现更大的成功。5%白手起家的百万富翁是从最底层的销售人员开始做起的，在他们的领域成为非常出色的人，获得了高额的收入，然后变得富有。那些成千上万甚至百万数量的人所能做到的，你也可以做到。你需要的只是用心学习如何去做。

我和儿子迈克尔把我们在销售百万美元商品及服务的经历中学到的每个技巧都浓缩到了本书中。书中的每页内容都是经得起时间检验、证明的，这些技巧具有实践性，并且是经过设计的，可以更直接地帮助你在任何销售市场中更加快速和轻松地工作。

我刚开始从事销售事业的时候，也不知道即将学到

002 高绩效销售

的任何销售技巧和技术，甚至都没有从高中毕业。我从事了很多年的劳动力工作。当我在劳动力工作领域找不到工作的时候，我陷入了绝望，然后直接进入销售行业，白天到一个又一个办公室做上门推销，晚上则到一个个公寓拜访。

我参加过三段式销售培训，这种培训在全世界范围内很普遍：“这是你的名片，这是你的销售手册，这是通往销售的大门。”

那个时候，如果我卖不出去产品，就不吃饭。每天早上6点起床，然后在停车场等那些8点开始上班的人来到办公大楼。我的销售业绩依然很糟糕，仅仅能够维持温饱，以及支撑我支付一间很小的宿舍的花费。我的鞋子是有破洞的，口袋空空，看不到未来。

生命转折点事件

我决定做点能够改变我生活的事情。我去找办公室里销售业绩最好的那个人。他仅仅比我年长几岁，但他的销售额是其他人的10倍。他看上去工作并不那么努力，但还是能够腰包满满。他出入那些高档的餐厅和夜店，开着一辆新车并且住在一栋漂亮的公寓里。

我做了一次深呼吸，然后朝他走过去毫不寒暄地问：“您做了什么与众不同的事情吗？您是如何做到比我和其他

人多出那么多销售额的?”

他惊讶地看着我，然后说：“好吧，如果你想得到一点帮助，给我看一下你的产品展示报告，我可以为你提出修改意见。”

现在我可以承认确实曾经听到过“销售产品展示报告”这个说法，但是它就像是月亮的另一端，距离我很遥远，在现实销售工作中，我根本没有看到过。我告诉这位销售精英说，当我去拜访客户的时候，都是想到哪儿说到哪儿的。

他说：“不不不，销售这项工作应该是非常专业的。它既是一门科学，也是一门艺术。它有一定的逻辑性，从第一步销售开始到成交那一刻都是有一定顺序的，这样才能使客户满意。让我给你举个销售产品展示的例子吧。”

他让我坐下，然后问了我许多问题，并且继续进行评论，就好像我是他的一名潜在客户一样。他没有持续不断地自说自话，当我对他阐述的内容有了强烈认识的时候，他问了一些很有逻辑顺序的问题，让我的思路从整体宏观上过渡到细节问题上，把我从一个潜在客户转变为实际购买产品的人。这和我之前的任何一次销售经历都不同。

从那天之后，我不再对客户滔滔不绝地说话了，我开始尝试着问我的潜在客户一些问题，然后仔细地倾听他们的回答。和我之前的销售经历相比，我的客户对我的回应大不相同。我开始完成销售订单，而且越来越多。我也开

004 高绩效销售

始阅读销售领域的书籍、听音频节目。我还开始参加我能找到的每一个销售领域的研讨会。每当我学到一些新的东西并且去应用的时候，我的销售额就会有所提升，不断地提升。在接下来的一年之内，我的收入增加了10倍。从那以后，我整个生命得到了改变。

然后从这件事情中，我了解到一个很古老的法则：因果法则。这个法则是说，你生命中的每一个“果”，都有相应的“因”对应，或者说一系列的“因”。如果你想让你的生命产生一些好的“果”，那就去找那些已经取得这些“果”的人，然后按照他们的方法去做。

在我的销售研讨会里，我经常以这样的问题作为开头：“在接下来大约一年的时间里，在场有多少人希望使你的收入翻番？”

在场的所有人都举起了手，然后我说，如果你想要使你的收入翻番并不困难，只需要找到那些现在收入是你两倍，但曾经收入只有你一半的人，看看他们是如何实现收入增长的。如果你能够像成功人士一样去做，你也会很快达到同样的水平。这并不是奇迹，也无关运气。这只关乎一个法则——因果法则。

今天以及将来市场中的销售

自从在20多岁的那一天我学会了如何实现更高的销

售额以来，我已经创建并且管理过 22 家公司。我在不同的销售机构中聘用、培训、管理和激励了几百个销售人员。我也在全世界培训了超过 200 万个来自 61 个国家的销售人员。从我这里毕业的学员中，有几千人由贫穷变得富有，从底层销售人员变为精英销售人员。甚至有很多人成为百万富翁和千万富翁，有些人把曾经打工的公司经营成了自己的公司。我教给他们的这些知识，你也将在本书中学到。

第一步，是要了解在当今市场中决定销售成功或者失败的最重要的因素。在每个市场中的每家公司，它们销售每一件产品和每一项服务，都有销售人员在为销售的增长和繁荣做出努力，他们通过工作来获得美好的生活，并且为他们的家庭提供更好的生活保障。

那么他们都是怎么做的呢？每个人都知道，在如今的商业活动中，变化日新月异。因为有着前所未有的竞争，而且客户的需求也在升级，提升产品和服务价格是很敏感的，而且无论国内市场，还是国际市场，都有着难以置信的不确定性，在瞬息万变和快速发展的洪流中侥幸生还，并且还在奋斗的大公司和个人企业都是能够快速而灵活地处理突变情况的。

查尔斯·达尔文写道：“能够侥幸生还的并不是那些最强壮的或者最聪明的，而是那些能够适应变化的。”市场环境的变化是戏剧性的，而且在持续不断地变化着，你就

需要时刻做出相应的改变。

7 个新现实

特别说明一下，现在你必须考虑 7 个新现实并相应地采取行动，然后才可能实现销售业绩和收入的提升：

- (1) 在任何领域内，都是销售者多于购买者。
- (2) 销售更加复杂化。
- (3) 保持专注度和清晰度。
- (4) 销售需要更充分的准备。
- (5) 客户有更高的要求。
- (6) 销售的成功需要多次拜访。
- (7) 成交更加困难。

在任何领域内，都是销售者多于购买者

在如今的任何一个领域，竞争比过去更加激烈。产品和服务的种类在不断增加，而客户对单一类别产品和服务的投入在减少。过去的成功经验已经不能保证未来的成功，或者让你走得更远。

销售更加复杂化

产品和服务的供应、价格以及公司的能力都比之前更复杂。客户的需求、欲望和问题也变得更复杂。如今需要

与各种各样的客户接触和见面。而且未来的销售工作会变得更加复杂，要求更高。要保持同样的位置，你需要比以往跑得更快。

保持专注度和清晰度

你必须清楚地识别出哪些是你理想的客户，也就是那些最有可能在短时间内买你产品和服务的人，你没有太多的时间跟那些不买你东西的人说太多废话。

当你彻底地考虑和识别清楚你的理想客户时，要问的一个问题就是：“客户为什么要从你这里而不是你的竞争对手那里买东西？”你的竞争优势在哪里？

仅仅 2012 年一年，大大小小的公司就花费了超过 80 亿美元来做市场调查，就是为了尝试回答上面那个问题。你对潜在客户的识别越是清晰，对你自己的产品和服务越是了解，就越能找到完美的客户群，而且能快速识别出他们。把注意力集中到那些你最具潜在购买力的客户身上，才是你获得高收入的关键。

销售需要更充分的准备

当你第一次给客户打电话的时候，提前了解客户的各种信息绝对是必要的。幸运的是，和过去人类历史上任何一个时刻相比，在谷歌或者其他搜索引擎上面，你都可以更快地找到相关人物和公司的信息。只需要点击几下鼠标，

008 高绩效销售

就可以找到你所需要的信息，这在过去是需要耗费好几个小时在当地图书馆里才能完成的事情。

有时候我问来听课的人：“在如今销售工作中最重要的因素是什么？能够决定你销售了多少、销售的速度、你挣了多少钱、你银行账户多少、你住的房子的质量、你的生活质量等的一个因素是什么？那个因素到底是什么？”

答案是：“信誉。”你在客户那里的信誉比其他任何因素都重要。客户越是信任你，他们对错误购买行为的担忧就会越少；客户越是信任你，他们就越是愿意从你那里买东西。当你的信誉足够高的时候，客户甚至会在不问价格的情况下就做出购买决定。

另外，你准备的越是充分，你在和客户第一次见面的过程中搭建的信誉感就会越强。在第一次拜访客户之前做一些准备吧！当你第一次见到潜在客户的时候，要说出你对他们成就的印象，然后你可以提一些自己个人和所在公司的背景，这个时候，你的信誉度会飞速提升。在这样的情况下，客户会更加坦诚地接纳你，也会有兴趣和你交谈下去。

在你第一次拜访之前，需要思考一番，然后制订一个准确的计划，包括你即将做什么，以及在拜访结束时想要达成什么目标。如果你能够在拜访之前做好准备，那么在拜访过程中会很清楚自己想要问什么问题、开展什么样的对话，也会给你的潜在客户留下深刻的印象。

最后一点是，要在拜访结束后快速记下你们谈话内容中的要点，以防忘记。然后当你对这个客户进行第二次、第三次拜访时，你可以提前浏览这些要点，这样你会显得更专业。这时，信誉度又会再次得到提升。

充分的准备带来的好处，除了能在第一次拜访中提升你的信誉度，还能给你带来巨大的自信心。自信是成功销售里最重要的心理因素。

客户有更高的要求

为什么呢？因为他们可以有更高的要求。他们的要求可能在几周或几个月之后变得更高。

基于过去的购买经历，如今的客户变得更加多疑。他们担心像过去那样买到错误的东西，或者买贵了，或者分量不够，或者是刚买到东西，商家就搞促销活动。

如今客户会收到多种多样的商品和服务信息，你的竞争对手也会不断地拜访这些潜在客户。在闲暇时间，客户会上网查询你产品或服务的每一丝变化，尽可能地提出最低的价格。

过去，销售人员在拜访潜在客户时，他是一个专家，比客户更了解自己的产品和服务，以及市场上其他竞争者的情况。如今角色转换了，客户比销售人员知道得更多，而且如果客户有了解的东西，他们可以在很短的时间内找到相关信息。

最后，客户的要求变得更高是因为他们资源的有限。他们没有足够的金钱来承担错误的购买行为。结果就是跟他们谈合作的节奏变慢，并且对你陈述的每一个提问，他们都会单独拿出来和你竞争对手的产品信息进行对比，以至于不断推迟他们的购买决定。

销售成功需要多次拜访

在我开始从事销售工作时，我会挨家挨户地打电话。我会约见每一位潜在客户，然后问他们问题，说一些推销商品的言辞，询问他们是否有购买的意愿。我的产品价格不贵，所以当客户做出一个未经深思熟虑的决定时，给他们带来的风险很低。

如今市场的复杂性在增加，并且竞争强度也在不断加大，基本上你需要拜访一个潜在客户四五次，才能拿下订单。而且每一次会面，都可能被一个新的信息点阻碍销售进程。

你的第一次拜访可能只是开始一段销售关系的铺垫，去发掘对方是否真正存在需求。第二次拜访的目的，是要从那些可能的客户中把潜在客户分离出来。然后第二次、第三次拜访就可以获得更充分的信息了，以便你做销售产品展示或者发出销售报价。在第四次、第五次拜访的时候，你就可以和客户协商，最终签订购买协议，以达到成交的目的。

最好的销售部门和销售人员会用一种叫作“里程碑”的方法。他们会详细记录销售进程中的每一个阶段，也能够清楚地看出同时有多少潜在客户处在进程当中，而且在进程的最后，可以计算出具体的百分比。

那么问题来了，你处在销售进程的哪个阶段？这是不是你与客户的第一次会面？还是第二次、第三次呢？你在成交、收到货款的路上走了多远呢？

成交更加困难

客户拥有的资源较少，他们也不愿意做出改变或者尝试一些新的事物。即使你的产品和服务真的很有吸引力，客户也必须从原来的舒适区走出来，愿意尝试一些新的或者不同的产品才行。另外，这样的过程存在“转换成本”，可能是精神上、身体上或者是金钱方面的。有时，从客户的角度来看，购买你的产品或服务可能太麻烦了。

还有一些因素可能阻碍成交。我们可以把这些称为“规则”。

第一个规则是“没有权力就没有销售”，意思是说，如果你所会见的这个人根本没有做出购买决定的权力，那么他别无选择，然后会用“让我考虑考虑”这句话来推辞。

第二个规则是“没有金钱就没有销售”，意思是说，如果他们现在的财务状况不足以购买你的产品或服务，那即便你的东西十分具有吸引力、会给这位潜在客户带来极大

的好处，也照样是成交不了的。

第三个规则是“没有需求就没有销售”。判断一个人是否为潜在客户最重要的标准就是，他是否真的能够理解，一旦拥有了你的产品和服务能为他的生活和工作带来多大的好处。如果你没有刺激他的购买欲望，也没有强制性地制造产品的吸引力，甚至客户都没有感受到购买产品能给他带来的价值提升，他怎么会买你的产品呢？

第四个规则是“没有紧迫性就没有销售”。因为客户都害怕做出错误的购买决定，如果他们能够推迟做决定，那么就一定会推迟。所以你一定要有一个“额外的理由”让他今天就做出购买决定，而不是推迟到其他时间。有时我们把这称为“促销”。你可以提供免费送货、额外的服务项目、特别的折扣或者提高送货速度等优惠。总而言之，你需要准备一个能在销售会谈结束之际鼓励客户立刻购买的“撒手铜”。

这些新的销售现实并不是针对个人的，而是每一个销售人员都面临的。同时，也是生活的事实。就像海军陆战队说的：“适应！调整！应对！”

学习那些你必须学习的东西

你要做的是学习你必须学习的东西，做你必须要做的事，然后成为最成功、最高收入的专业销售人员之一。幸

运的是，成功没有秘密，答案已众人皆知，你需要像那些顶尖的销售人员一样去做，一遍又一遍地去练习，直到掌握这些相同的技能。告诉你一个好消息：从你第一天开始应用这些被证明有实践意义的新观念时，你就迈上了提高销售额的阳光大道。

练习

1. 在快速发展的今天，影响你销售业绩最重要的因素是什么？
 2. 如果你想在未来的销售市场获得成功，第一步要做什么？接下来要做什么？
 3. 在客户方面最大的变化有哪些？这些变化对产品或服务的提供带来哪些影响？
 4. 最理想的客户应该具有哪三种特征？
 5. 在拜访客户之前，你应该了解关于客户的哪些重要信息？
 6. 为什么那些潜在客户最终没有购买你的产品？是什么阻碍了他们的购买行为？
 7. 在潜在客户那里，你如何制造他们的紧迫性，鼓励他们立刻做出购买决定？
- 阅读完这部分，你要做的第一件事情是什么？