

# 销售冠军是如何炼成的：阿里铁军销售进阶课

作者：贺学友, ePUBw.COM

目录

[前言](#)

[1 Top Sales认知 普通销售员和Top Sales有何不同？](#)

[心态不同：Top Sales要有一种什么样的心态？](#)

[习惯不同：为什么你明明很努力了，却还是业绩平平？](#)

[效率不同：为什么Top Sales的效率比普通销售员要高10倍？](#)

[5~15倍！普通销售员和Top Sales的价值差异为何如此大？](#)

[2 目标分解 如何超额完成奋斗目标？](#)

[制定销售目标：不断给自己加压](#)

[目标分解：让目标变得具体而可行](#)

[高效行动：成功达成目标的关键](#)

[没有完成目标，你该怎么做？](#)

[3 客户开发 如何开发精准客户，让业绩实现10倍增长？](#)

[什么是精准客户？](#)

[开发精准客户技巧一：快速判断当前的人是不是KP？](#)

[开发精准客户技巧二：从竞争对手手里“抢”客户](#)

[开发精准客户技巧三：客户转介绍](#)

[开发精准客户技巧四：同渠道推荐客户和行业前20名的客户](#)

[4 操刀SK 如何制作顶级的Sales Kits？](#)

[什么是Sales Kits？](#)

[为什么要使用Sales Kits？](#)

[设计顶级Sales Kits的三个原则](#)

[如何制作一份完美的Sales Kits？](#)

[5 客户拜访 如何高效地与客户打交道？](#)

[成功预约客户的六大绝招](#)

[首次拜访精准客户，你需要做哪些准备？](#)

[见面后，如何在沟通中看透客户的需求和购买动机？](#)

[电话拜访什么时候用最合适？](#)

[6 谈判攻略 如何在初次见面的60分钟里当场签约？](#)

[一次高效的谈判过程，应该包含哪些内容？](#)

[前20分钟：完美开场，为签单打好基础](#)

[中间20分钟：做好互动，让产品以价值取胜](#)

[最后20分钟：大胆提出签约，促成交易达成](#)

[7 客户分类 如何通过客户分类快速推动客户，实现最快签约？](#)

[如何对客户进行分类？](#)

[如何精准判断A、B、C类客户？](#)

[未成功签单A类客户的原因及如何避免签单失败](#)

[8 客户跟进 如何通过Close 100遍提高你的签单能力？](#)

[为什么说Close 100遍是一种快乐的签单方式？](#)

[如何利用20分钟的“逼单”拿下订单？](#)

[如何判断客户的真实需求和拒签原因？](#)

[客户跟进：三分靠说，七分靠听](#)

[9 客户签约 如何踢好临门一脚，促进销售完美收官？](#)

[用对成交方法，助你快速签约](#)

[把握时机，让签单变得顺理成章](#)

[10 知行合一 如何做到理论结合实践，持续签单？](#)

[学会反思：知晓了方法，还要警惕自己“行”错方向](#)

[投机心：阻碍知行合一的拦路虎](#)

[理论联系实践，养成十大高效习惯](#)

# 前言

销售是一个伟大的职业，也是一份充满挑战的工作。作为一个职业，它既能充分发挥从业者的个人才能，又能充分实现其个人价值。销售员可以从工作中不断经受历练，获得更多的个人发展机遇，也可以从工作中不断获取能量，促进个人的全面发展，实现人生价值。

然而，如何在销售工作中掌握正确的技巧，成长为Top Sales（顶级销售员），却是长久困惑着广大销售员的难题。很多销售员在其职业生涯中，只是作为一名普普通通的业务员，拿着微薄的薪水，整日奔波在大街小巷，行走于高楼大厦之间，且终其整个职业生涯，都无法跻身那些身价百万、轻松开展各种各样业务的Top Sales之列。

作为一名销售员，可能你时常会有这样的困惑：

茫茫人海，不知自己所要寻找的客户在哪里；

说了一大堆话，客户就是不买账；

做了很多努力，客户还是迟迟不肯签单；

对客户热情有加，客户却不理不睬，甚至转身离开；

同样的推销方式，用于甲客户顺利签单，用于乙客户却难以奏效；

客户心理抗拒，业绩不能突破，销售陷入困境……

其中的原因何在？关键在于你没有掌握Top Sales的销售规律，缺少销售技巧！

从事销售这么多年，我在这个领域算是获得过一些荣誉——我在进入阿里巴巴后的第二个月，就成为了全国Top Sales；曾带领阿里垫底的销售团队拿到了百万元收入；马云曾对我说，我很钦佩你……我也在实现并刷新着自己的财富、人生价值目标。与此同时，我也看到越来越多加入销售领域的年轻朋友，由于缺乏必要的理论素养和实践指导，在销售领域走了很多弯路，甚至频繁地换工作。基于此，我觉得有必要总结自己多年来的工作经验，给进入销售领域的朋友提供力所能及的帮助，帮助他们提升业绩，推动公司销售额的增长。

立言不易。从一名Top Sales、Top主管转变成一名传道解惑的老师，我希望用我成功的销售方式，帮助普通销售员掌握年入百万元的顶级销售技能，为奋战在销售一线的销售人员提供参考和借鉴。

不是产品不好卖，只是没有掌握销售方法。要想成为一名Top Sales，要想把产品顺利地卖出去，仅仅凭着对销售工作的热情是不够的，你还必须具备较高的销售综合素质，包括良好的心态和工作习惯，比普通销售员高出10倍的工作效率，开发精准客户、操刀顶级Sales Kits（销售工具）、高效拜访客户的能力，一流的谈判技巧，并且懂得客户分类和分解销售目标，运用Close 100遍（完成销售、与客户签约的有效技巧和方法，可理解为“尝试签单100遍”或“多次、不断地尝试签单”）进行客户跟进和灵活签单的技巧，等等。

这些能力和技巧都不是与生俱来的，必须通过学习和实践，通过不断的磨炼和完善，才能获得。实践的磨炼需要时间，对于每天都在和时间赛跑的销售员来说，其中的困难不言而喻，而学习和掌握Top Sales的销售规律和技巧，无疑是快速提升自己销售能力和销售业绩的一条捷径。

Top Sales的销售规律和技巧，是我从纷繁复杂的销售现象中用心观察，并结合自己的销售实践，提炼和总结出来的。某种程度上说，我认为它是销售行业放之四海而皆准的“金科玉律”，是商业智慧的结晶，是照亮销售员职业之路的明灯，是开启销售之门的金钥匙，是发掘财富宝藏的指南针。

本书通过通俗易懂的语言，分门别类、深入浅出地对这些销售技巧作了缜密的分析和介绍，同时结合诸

多生动有趣的销售案例，阐述这些销售技巧在现实销售活动中的运用，让你一看就懂，一学就会，一用就灵。

无论你是在销售行业摸爬滚打多年的老手，还是入行不久刚踏上销售之路的新手；无论你是率领团队、独当一面的销售经理，还是奋战前沿的一线销售员；无论你销售的是保险、房地产、证券、汽车还是其他产品和服务；无论你面对的是专业的买主还是闲逛的客户；无论你采用的是面对面销售还是电话销售……这些销售技巧所包含的经验和智慧，都能给你提供最为实用、最有价值的指导，让你洞察种种商业行为背后的真相，拨开销售工作中的迷雾，少走弯路，少受挫折，迅速找到通往成功的捷径，从而成长为所在领域的Top Sales。

如果你有志于成为一名Top Sales，你可以把本书看成推动你成长、前进的助推器！今天，你认真研习，锤炼技能，成竹在胸；明天，你利器在手，攻必克，战必胜。

衷心希望我的这本书，能够帮助你找到人生的突围点。

## 1 Top Sales认知 普通销售员和Top Sales有何不同？

大量的事实表明：90%以上的销售员，在从事销售工作10年后，依然只是一名普通销售员。那么，为什么Top Sales能月入几万元甚至百万元，而普通销售员却只能勉强解决温饱？为什么你比别人更加勤奋、努力，别人的业绩却是你的10倍？到底是什么因素导致你没有成为Top Sales？普通销售员和Top Sales在行为模式上，又有何不同？

### 心态不同：Top Sales要有一种什么样的心态？

作为一个让人充满渴望和梦想的职业，销售职业的机遇与挑战是并存的。套用一句经典的电影台词就是：如果你爱他，让他去做销售，因为那是天堂——门槛低、赚钱多、见识广、技术含量高；如果你恨他，让他去做销售，因为那是地狱——体力透支、情感扭曲、老无所依。

踏进销售行业的大门十分容易，但若想在这个行业里做出成绩，成为Top Sales，却并非易事。要想成为Top Sales，除了要能够“努力到无能为力，拼搏到感动自己”外，还需要拥有良好的心态，不惧失败，敢于奋斗，行动果决。当然，并不是说拥有了良好心态的销售员就一定能成为Top Sales，但心态不好的销售员却必定无法成为Top Sales。

在工作中，许多销售员总是存在一种误解，认为销售是一份凭技巧取胜的工作，因而会花费大量的精力试图去提高销售技巧。其实，对于销售而言，技巧只是一个方面，真正决定销售业绩的，还是心态。一个技巧娴熟却心态消极的销售员，注定无法取得优异的销售成绩；反之，一个技巧平平而心态积极的销售员，却可以取得不俗的成绩。换言之，心态才是决定销售成败的关键。

不同的心态，决定了不同的销售结果。如果你想在销售的世界里纵横驰骋，成为令人艳羡的Top Sales，那么从现在开始，你就应该拒绝消极情绪，摆正心态。要么你去驾驭生命，要么任由生命驾驭你。你的心态决定了谁是坐骑，谁是骑师。

那么，成为Top Sales需要一个什么样的心态？普通销售员和Top Sales在心态上面，又有何不同？

表1-1 普通销售员和Top Sales在心态上的区别

□

#### 自信

自信是成为Top Sales的基础。在激烈的市场竞争里，一个自信的销售员才能不惧困难、勇于挑战，才能突破重围，获得机遇；反之，一个缺乏自信的销售员，即便巧舌如簧，也不一定能将东西卖出去。

在实际的销售中，我看到许多销售员，要么怀揣太多的畏惧情绪，要么过度自卑。他们总是思前顾后、畏手畏脚，担心遭到客户的拒绝，担心产品卖不出去，担心业绩太差；他们害怕干不好销售，害怕老板批评，害怕被社会淘汰……

可以说，自卑感和畏惧情绪是阻碍我们建立自信、实现成功销售的最大屏障，它让我们无法用一种超然的姿态去积极应对销售工作中所遇到的问题和困难，它让我们饱尝失败。换言之，迈向Top Sales的第一步便是拆除这道屏障，努力克服并彻底摒弃我们内心的自卑感和畏惧情绪。

世界上没有卖不出去的产品，只有卖不出去产品的人。一名Top Sales，一定懂得通过自信去使销售真诚可靠，去赢得客户的信任。这种自信，需要在长期的学习中获得，需要在实践中不断积累。

普通sales对公司的产品并不自信，对于产品能为客户带去的价值存在疑问，会在心里不自觉地发问：“真的吗？”遇到竞争对手产品比自己公司产品效果好时，会自我怀疑。这种心态对签单毫无用处，更致命的是，客户会明显感受到sales的这份不自信。

相反，一个自信的sales会以近乎疯狂的状态跟客户交流，客户自然而然地会被他带动。这个时候，如果客户提出反对意见：“你们的产品有这么好吗，你们提供的功能别人都有……”

Top sales会表明：“您的需求非我们公司莫属，竞争对手虽然有1、2、3同样的功能，但我们能解决4、5、6甚至更多的问题，我们能满足您的刚需，解决您的困惑。”

Top sales会把他对公司产品的了解分析、拜访客户的事前准备，以及对每个谈判环节把控的自信都呈现给客户。这些也就成了最后签单成功的加分项。

没有哪个客户不喜欢乐观自信、积极向上的sales。在谈判的时候，如果客户提出了3个反对意见，一位sales答不上来，另一位sales不仅全部答出，还讲了更多，你觉得客户最终会和哪位sales签单呢？

没有哪个客户会愿意将时间浪费在一个缺乏自信、充满畏惧情绪和恐惧心理的销售员身上，更别说购买他的产品。要想成为Top Sales，就必须做到对自己、对公司的产品、对未来、对销售过程中的每一个环节都充满自信。只有当我们相信自己能够胜任销售工作、能够卖出产品、能够应对销售中的各项挑战，我们才能让他人对我们及我们的产品产生信任，从而更好地将产品卖出去。

正如爱默生曾经说过的那样：“自信是成功的第一秘诀。”自信是普通销售员与Top Sales的分界线，是引领我们战胜自己、告别自卑的关键。要想成为Top Sales，要想在销售的世界无往不胜，就必须时刻相信自己、相信公司、相信产品，始终以高昂的斗志、充沛的干劲，迎接每一项销售挑战。

## 积极乐观

除了自信，Top Sales还必须拥有积极乐观的心态。积极乐观的心态能够保证销售员即便在业绩不理想的时候，仍然能够怀揣巨大的工作热情和必胜的信念；能够保证销售员在经历无数次的失败之后，仍心怀希望，坚持拼搏。

拥有积极乐观心态的Top Sales，更容易获得理想的销售业绩。从某种程度而言，是否拥有积极乐观的心态，直接决定着销售员的业绩高低。比如，你为自己设定了100万元的销售任务，快到月底时，你仅完成了70万元；此时，如果你是一个积极乐观的Top Sales，你就会告诉自己，已经完成了一大半的任务，决不能松懈，并在心底暗暗为自己加油；反之，如果你是一个消极的普通销售员，你就会觉得完成任务无望，从而抱有一种“尽人事、听天命”的态度。

再如，在面对强势的竞争产品和客户的质疑时，如果你是一个积极乐观的Top Sales，你就会自信满满地认为：我的产品就是最好的。反之，如果你是一个消极的普通销售员，你就会产生悲观、绝望、沮丧、忧郁、后悔、自责、怨天尤人等情绪。

拥有积极乐观心态的Top Sales，更容易接近客户，取得客户的信任。从本质来说，销售其实就是一种信

心的传递和信念的转移。积极乐观的人往往更善于发现工作和生活中的乐趣，更愿意向别人敞开心扉，无论走到哪里，都能成为“阳光使者”，所以也会具有更强大的传播力、吸引力和影响力。换言之，一个乐观的Top Sales，能够让客户在购买产品或服务时，除了享受到产品或服务本身带来的利益外，收获一种快乐的消费体验，从而更愿意敞开心扉。

拥有积极乐观心态的Top Sales，更容易战胜挫折，发现事物积极的一面。试想一下，当你去拜访客户的时候，被客户“请”了出来，你会怎么想呢？

乐观的Top Sales会想：“没关系，肯定还会有更好的客户在等着我，这次失败，说明我自己的沟通技巧还有待提高。”普通销售员会想：“总是被人拒绝，说明我的产品真的没有竞争力，也说明我确实不适合吃销售这碗饭。”

乐观的Top Sales会想：“没关系，失败是成功之母，只要不放弃，订单一定会是我的。这次之所以失败了，不是我不行，可能是我的准备不够充分、方法没找对，回去后，我应该好好想一下，究竟是我的产品和服务缺乏竞争力，不能满足客户需求，还是我的方法和拜访时间出了差错。相信只要我改进一下，下次一定会做得更好。”普通销售员或许就会认为：“完了，又失败了，这次又没法向老板交差了，不知道老板会不会因此而开除我呀。要是被炒了鱿鱼，就没有了经济来源……唉，我的命怎么这么苦！”

你瞧，这就是Top Sales和普通销售员的区别。当遭遇失败和挫折时，拥有积极乐观心态的Top Sales会心怀希望、重振旗鼓，客观冷静地分析失败的原因，不断提高销售水平，并走向成功；消极的普通销售员则会悲观失望，沉溺于强烈的挫败感中无法自拔，离成功越来越远。

舍我其谁

《孟子·公孙丑下》里有这样一句话：“如欲平治天下，当今之世，舍我其谁也？”意思是说：如果想使天下太平，在当今这个世界上，除了我还有谁呢？

这句话对于销售同样适用。

在现实的销售中，许多销售员之所以画地为牢，裹足不前，就是因为缺乏一颗“舍我其谁”的雄心。他们想为而不敢为，即便有再多的梦想，也不愿付出努力去实现，硬生生将无限的潜能化为有限的成绩。

许多时候，比起普通销售员，Top Sales不过是多了一种“舍我其谁”的霸气和自信。比如，在面对客户拿自己的产品和竞争产品作比较时，Top Sales通常会以一种“舍我其谁”的心态，坚定不移地说服客户：“我们的产品是最适合你的，我们的产品拥有1、2、3、4、5、6、7点优势，我们的竞争产品虽然也具有1、2、3点特质，但一定不具有4、5、6、7点特质，所以，我们的产品是不可取代的。”当这样自信的、充满激情的话语说出口后，客户自然会受到感染，从而选择购买你的产品。

相反，普通销售员则是一种“谁都可以取代我”的心态，认为竞争对手的产品很好，自己的产品确实有所缺陷。他们在受到客户打击时，虽然也会据理力争，但在心理上会认为自己的产品确实不如竞争对手好。这样一来，他们说出去的话势必会显得苍白无力，无法让客户信服。

心态决定成败。销售本身就是一个竞争激烈的行业，要想在这个行业里突破重围、脱颖而出，成为令人艳羡的Top Sales，更好地实现自己的人生价值，就一定要拥有良好的心态，做到无论在何种境况下，都能自信、乐观地宣布：“舍我其谁！”

## 习惯不同：为什么你明明很努力了，却还是业绩平平？

不管是在我的课堂上，还是在实际的销售中，我常常听到一些销售员抱怨：如今的销售不好做，我明明已经很努力了，却还是业绩平平。

比如我所熟悉的销售员小李，就是这样一个人。据小李说，他每天早出晚归，自己都被自己的努力感动了，业绩却始终不理想；而和他同组的另一位同事小黄，每个星期只见3次客户，业绩却是自己的3倍。

对此，小李十分迷茫，不知道原因为何。

其实，和小黄相比，小李的问题就出在工作习惯上。要想成为一名Top Sales，除了勤奋，还要掌握一定的销售技巧，更关键的是，要有良好的工作习惯。作为一种内在修养，习惯可以影响一个人的性格，更决定着一个人的销售成败。

“世界上最伟大的销售员”、连续12年荣登《吉尼斯世界纪录大全》世界销售冠军宝座的乔·吉拉德，是一名名副其实的Top Sales。在他看来，与销售商品相比，更重要的是销售自己。而这个销售自己的过程，比如销售自己的人品、观念等，都表现在我们平时的工作习惯中。

常言道：“优秀是一种习惯。”对于销售员而言，好的习惯可谓价值千金。一个普通销售员养成了良好的工作习惯后，他的Top Sales晋级之路就会更顺畅。

那么，普通销售员和Top Sales在工作习惯上究竟有哪些区别？要成为Top Sales，你又必须养成什么样的工作习惯？

表1-2 普通销售员和Top Sales在工作习惯上的区别

□

全力以赴

如果说幸运是Top Sales的谦辞，那么“努力过了”就是普通销售员的自我慰藉。

试想一下，你是否也有过这样的经历：每天早出晚归，跑市场、见客户，可到了月底依然业绩平平，于是你安慰自己，“努力过了，我不后悔”，并心安理得地接受自己的现状。不去反思失败的原因，更别提全力以赴，而你的业绩，也一如既往得不到提高。

在如今这个“走心”的时代，似乎无论面对什么困难或失败，只要说一句“努力过了，我不后悔”，便能抵消因失败而带来的全部内疚。

事实上，“努力过了，我不后悔”这句话并不代表你真的努力过了，反而是你自己变相地给“不努力”所找的完美借口，是造成你和别人之间存在巨大差距的关键，也是你晋级为Top Sales之路上的最大阻碍。

相比于用一句“努力过了，我不后悔”来让自己感到释然，Top Sales更愿意反思自己：“为什么我这么努力，却依然没有成功？还有哪些地方可以改进？”

换言之，普通销售员和Top Sales对于“努力”的理解是完全不同的。前者所谓的“努力”，也许只是每天见客户时得过且过，跑客户累了就给自己找各种各样的借口，放松身心；而后的努力则是拿出了百倍的干劲，全力以赴地追赶目标。正是这种对努力的不同理解，造就了普通销售员和Top Sales不同的业绩和命运。

诚如清代文学家赵翼所言：“故凡可以得名者，必全力以赴，好为苟难，遂成风俗。”一个人要想成功，就必须把全部精力集中到一起，竭尽全力、想方设法去做好一件事。对于销售员而言，养成不余遗力的习惯，保持全力以赴的状态，是突破困难和阻碍、打开成功大门、登上Top Sales宝座的关键。

我当初做销售的时候，有一个月在接近月末时，我做了约19万元的业绩，而全中国位居第一名的销售在当时已经做了约31万元的业绩。看似胜局已定，其他的sales都放弃了争第一名，因为差距太大，怎么追都追不上。

就在我想要放弃的时候，我的主管激励了我：影响你的不是远处的高山，而是脚底下的那粒沙子，不到最后一刻，万万不能放弃！

我备受鼓舞，是啊，我不能放弃，我从来都是最优秀的！

在月末的最后半天，我拿起电话本，疯狂打电话，看看有哪些客户能在最后时刻签单，就在最后时刻成

交了两个客户，签了十几万元的业绩，以超出对手2000多元的业绩成为第一名。

原本遥遥无望的差距，全力以赴拼了一把，就能创造奇迹。而在实际的销售过程中，绝大多数普通销售员面对困难和阻挠时，都会知难而退，并安慰自己说“努力过了，我不后悔”。正是这种想为而不敢为的做法，决定了他们的业绩平平。

和这些普通销售员不同的是，一名Top Sales在遇到同样的境况时，不会轻易退步，而是会全力以赴，誓达目的才肯罢休。

拿我自己来说，当年在阿里巴巴工作时，我总是早上6点便起床。有时候为了见一个客户，我会倒三四次车。月末为了拼业绩，我常常不分日夜地工作。这种全力以赴的工作状态，就像一束火苗，点燃了我身体里潜藏的所有能量，让我可以将工作做得更好，也让我取得了比之前更优异的成绩。

为了达成目标，努力到感动自己

目标没有做到百分之百明确；目标确定完毕之后，没有百分之百执行到位，这都是许多普通销售员最为致命的坏习惯。

对于一个销售员而言，目标的制定和执行是至关重要的。根据我多年的观察，我发现，无论是哪一个行业的Top Sales，在工作时，他们都会制定明确清晰的工作目标和工作计划。比如，明天要拜访哪些客户，这些客户分别是什么类型；明天的拜访要达到什么样的目的，需要做好哪些准备……目标一旦制定后，他们就会不遗余力地朝着目标推进，不给自己任何理由和借口，百分之百地完成任务。

所以，下一次，当你在抱怨自己始终无法成为Top Sales时，不如反思一下自己：你是不是有明确的工作目标和努力方向？为了达成工作目标，你是否付出了全部的努力？面对没有完成的工作目标，你是选择了通宵达旦，还是抱着“差不多”的心态，把工作留到明天再做？

正所谓“明日复明日，明日何其多”，如果你总是想着“差不多了，明天再做”，如果你没有养成为达到目标而努力到感动自己的习惯，那么你就只能做一个普通销售员，始终在平凡的业绩里挣扎徘徊。

销售员的使命就是实现销售目标，这一点永远不会变。所以，晋级为Top Sales的第一步，就是要学会制定自己的销售目标，并且按照销售目标，有条理、有计划地去一步步推进销售工作。在这个过程中，还要不断思考：我的目标是什么？有没有什么方法能够让我更好地去靠近它？

当你设定了明确的目标，并且养成为了达到目标而不懈努力的习惯，你就会拥有更积极正面的工作态度，你就不会轻易被挫折和失败打倒，你离Top Sales也就会越来越近。

为了自己的现在和未来拼搏

觉得自己在给别人打工，是普通销售员普遍存在的心态和必须摒弃的坏习惯。

在现实的生活中，有些销售员总会发出这样的抱怨：我的工作太辛苦；我的老板太苛刻，总是要求的多又给的少……而面对同样的境遇，另外一些销售员却会这样激励自己：我对我的工作很满意，虽然薪水不高，但我每天都在成长；我的老板很好，销售让我感到快乐……

同样的职业，不同的声音，也决定了不同的命运。那些整天抱怨的销售员，只是浑浑噩噩地把销售工作当成了谋生手段，因为在混日子，所以他们永远“混”不出成绩；而那些善于激励自己的销售员，则是在为了自己的现在和未来拼搏，除了薪水，他们还有更宏大的理想和抱负，他们拥有成为Top Sales的巨大潜能。

表1-3列出了“觉得自己在给别人打工”的普通销售员和“为了自己的现在和未来拼搏”的Top Sales之间不同的工作态度。

作为一个销售员，你应该经常问一问自己：我的工作目的是什么？我到底在为什么而工作？难道我的工

作仅仅是为了做给老板看，从老板那里换取每个月的工资吗？

只有明确了做销售的真正目的和意义，用心去体会做销售的乐趣，你才会焕发出无限的热情，养成正确的工作习惯，并且持之以恒，使自己拥有巨大的销售动力，为了获得更好的成长与进步而不懈努力。

表1-3 普通销售员和Top Sales在工作态度上的区别

□

记住，你必须从一开始就树立“为自己的现在和未来拼搏”的工作观念，始终以主人翁的姿态去对待销售工作。当你做到了这一点，你才有机会成为Top Sales。

## 效率不同：为什么Top Sales的效率比普通销售员要高10倍？

除了心态和习惯上的不同，普通销售员和Top Sales的区别还体现在工作效率上。

对于每一个人而言，时间都是公平的，它既不可以储存，也不可以增加，更不可以转让。从本质上来说，销售其实就是一项与时间赛跑的工作。销售员要想完成从普通销售员向Top Sales的晋级，就必须努力提高自己的工作效率，让自己的工作时间更有价值。

不知道在实际的销售工作中，有多少人曾计算过自己的时间究竟值多少钱？假设我们的年收入是10万元，每周的工作时间是40个小时，那么，我们全年的工作时间就是2080个小时，平均下来，每小时的工作单价就是48元。在这一年中，如果我们每天浪费1小时去做那些没有意义的事情，那么全年就会浪费将近1.25万元。

通过这个简单的数学计算可以看出，在我们眼里微不足道的1小时工作时间，全年累计起来，其实也能创造出不小的价值。这便是提高工作效率的重要性，也是很多销售员无法成为Top Sales的关键原因。

据不完全统计，Top Sales的工作效率至少会比普通销售员高10倍。那么，这10倍究竟高在哪里呢？我们不妨通过下面的表格来了解一下。

表1-4 普通销售员和Top Sales在工作效率上的区别

□

为了精准开发客户而开发客户

所谓精准开发，就是指通过各种渠道，将产品销售给有需求、有付款能力和有购买决策权的A类客户（指第一KP<sup>[1]</sup>、有需求、有购买能力的精准客户，关于A、B、C、D四类客户的区分标准，请参见第7章的详细阐述）。

比如，当接受老板每天必须打100个电话、开发4~6家客户的工作任务后，普通销售员或许会在产品和市场还没有研究好的情况下，就通过各种渠道得到客户的电话，不假思索地去找客户。而这样做的结果往往是，电话打了上百个、客户拜访了十几家，却没有半点收获。

Top Sales在接到同样的任务后，却会采用不同的策略。通常，他们会认真查找客户资料，对这些客户是否匹配自己的产品和是否有能力付款做仔细分析，然后根据分析结果找出精准客户，并进行拜访。

对比普通销售员和Top Sales的做法，我们可以发现，普通销售员在销售的过程中，主要犯了以下三大错误：

- (1) 不知道去哪里开发精准客户；
- (2) 未识别出谁是精准客户；
- (3) 懒得开发精准客户。

事实上，与“为了开发客户而开发客户”相比，精准开发客户可以节约大量时间，提高销售效果和转化率。这是因为，在精准开发客户的过程中，我们实际上已经通过对客户资料的分析整理，明确了客户范围，确保了努力与目标的一致性，这就为销售成功打下了基础。

为了达成目标或目的而拜访客户

作为销售活动中很重要的一个环节，拜访客户必须得到每一个销售员的高度重视。

在实际的销售过程中，许多销售员总是错误地将拜访客户当作一种普通的见面，认为拜访客户只是一个与客户碰碰面、向客户介绍产品用途的简单过程，并不需要任何技巧。事实上，从本质上来说，拜访客户不仅是一种现代化的商业技巧，更是一种提高销售效率的永恒艺术，对于销售的成败起着决定性的作用。

在拜访客户这件事上，普通销售员和Top Sales的结果也是不同的。前者总是吃闭门羹，后者却能够长驱直入、旗开得胜。造成这种不同结果的原因在于，普通销售员通常是为了拜访客户而拜访客户。比如公司规定销售员每天必须拜访6~8家客户，那么普通销售员就可能会为了凑够6家客户的拜访量盲目地去扫街；而Top Sales则是带着目标或目的，有针对性地去拜访客户。

比如，我在阿里巴巴做销售员的时候，每次在拜访客户前，我都会首先找出客户的名单，并且按照就近原则，以镇工业区、一栋楼、街道附近为单位归类客户。这样做的好处是，确保了同一地区的客户可以一起拜访，从而最大限度地节约拜访时间。

在分类的过程中，我还会详细标注出所有客户的具体资料，找出自己的精准客户，进行精准拜访。根据目标客户的不同情况，我会将他们细分为预约性的客户、维护中的客户和下了单的客户三大类。对于预约性的客户，我会重点介绍公司的优势，尽量争取到约见机会；对于维护中的客户，我会着重加强感情的沟通，提升他们对公司和对我的认同；对于下了单的客户，我会尽量维持客户的好感度。

这样有目的的拜访，让我的工作效率得到了极大提高，也是促使我成为Top Sales的关键。所以，在Top Sales的炼成过程中，必须做到“为了达成目标或目的而拜访客户”，而不是“为了拜访客户而拜访客户”。

在实际的客户拜访中，普通销售员的拜访效果之所以不显著，并不是因为客户对他们反感，而往往是因为他们在拜访之前漏掉了筛选客户这一关键步骤。不懂得取舍，既浪费了时间，又效率低下。

一般来说，在拜访客户之前，Top Sales会对客户进行以下三个方面的鉴定。

□

图1-1 Top Sales在拜访客户前会做的三个鉴定

#### (1) 鉴定客户的购买需求

Top Sales在拜访之前，会有意识地通过电话、微信与客户闲聊，据此判断客户是否有购买需求。

一般来说，客户的购买需求可以分为明显需求和潜在需求两种。所谓明显需求，指的是客户对你的产品的必要性表示认可；所谓潜在需求，指的是客户没有发现你的产品的必要性。

事实上，大部分客户都属于潜在需求群体，这也是很多销售员会认为“销售很辛苦”的原因所在。挖掘一个客户的潜在需求不是一件容易的事，稍不注意就会遭到客户的拒绝。

但我们换一个角度想问题：如果所有的客户都是有明显需求的，那么怎么会有Top Sales一说呢？所以，鉴定客户的购买需求，特别是潜在需求，是销售员最需要去努力的方向。

#### (2) 鉴定客户的购买力

客户的购买力，也就是客户的支付能力。购买力是判断一个潜在客户是否能成为精准客户的重要条件。

关于购买力的鉴定，如果你面对的客户是个人或者家庭，那么你可以通过调查其收入水平、住房面积大小、所在小区之类来进行判断；如果你面对的客户是企业，那么你可以通过其经营状态、银行资信、资金预算等方面来判断。

要准确地鉴定一个客户是否有购买力，并不是一件简单的事，需要销售员在前期做大量的资料搜集工作，以便从各方面的资料中对客户的购买力进行推算。

需要注意的是，如果你鉴定出你的客户没有购买力，即使对方有购买需求，他也不可能转化为精准客户。

### (3) 鉴定客户的购买决策权

所谓购买决策权，是指你要去拜见的客户是否有购买的决策权力，也就是说，是否有签单的权力。如果你即将去拜见的客户没有购买决策权，即使他有购买需求和购买力，他也不是你的精准客户，你也没有去见他的必要了，这样做只会浪费你的时间和精力。

所以，Top Sales在去拜见客户之前，会通过各种资料判断对方是否有购买决策权。如果没有，他会想办法摸清对方有多大决策的权力，并尝试通过对方找到第一KP。

鉴定客户的购买决策权并不是凭空瞎想的，它是有规律可循的。比如，在一个家庭中，不同的经济收入、文化背景和职业背景，其购买决策权也会不同，销售员要摸清丈夫和妻子谁有购买决策权；在一个公司里，购买决策权也会根据金额的大小而不同，销售员要想办法了解公司的运作情况及管理机制，掌握客户内部主管人员与部门领导之间的权力范围和职责界限。

为了帮助客户创造价值而签单

事实上，那些持续签单的Top Sales之所以能成功，正是因为他们具备了一些过人的销售“天赋”。这里的“天赋”，并不是指常规意义上的与生俱来的天赋异禀，而是指可以通过学习与锻炼得到提升的，对于灵活性、感染力、敏感度、自我驱策、社交等的把控能力。这种天赋可以帮助销售员创造出巨大的销售价值。

生活中，我们常常会看到这样的销售场景，即到了签单环节，很多普通销售员会这样说服客户：“王总，今天我们谈得差不多了，就签了吧。”此时，对方通常会回应说：“我再想想。”而这一想，签单基本就无望了。

不知道你是否想过，为什么会出现这样的情况呢？

事实上，当普通销售员说出“王总，我们就签了吧”这种尝试性的签单话语时，他们实际上是在将客户往外“推”。这会让客户认为他们之所以这样说，是因为购买他们产品的人太少，从而陷入一种犹豫不决，最终导致签单失败。

同样的情况下，Top Sales一般会使用“为了帮助客户创造价值而签单”的“吸引”性话术技巧，例如：

王总，您对我们的价值是认可的，对于我们产品的功效可以解决您的1、2、3、4大问题也是认可的，而且您也刚好有这方面的预算。如果我们今天说再见了，下次也不知道什么时候再见面。您如果错过了这个机会，对您而言将是极大的损失；对我而言，无非是换个客户而已。总而言之，我们的产品是能够为您创造价值的，而您也是因为这个价值才购买我们的产品，并非因为您看我顺眼。所以，是您不能失去我们这个产品，而我们的产品却可以失去您。

在这个说服的过程中，Top Sales首先会让客户意识到，他们决定购买的动机是非常明智的，而且这种购买一定会物有所值。

普通销售员和Top Sales的“一推”和“一拉”，谁更高明，一目了然。

欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.cn>)

文档名称：《销售冠军是如何炼成的：阿里铁军销售进阶课》贺学友 著.epub

请登录 <https://shgis.cn/post/1175.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

