

高绩效销售

作者：【美】崔西（Tracy,B.）；【美】崔西（Tracy,M.），
ePUBw.COM

博恩·崔西是全球职业和个人发展领域的权威人士，在过去的十年中，他一直保持在十佳领导力的排行榜上。在销售程序的各方面没有人比他知道得更多，在这本杰出的著作中，他阐述了为什么他能够成为销售精英，以及他是如何以教师的身份把生命中最重要的艺术（积极说服）完美地传递出来的。

——Being the Best的作者丹尼斯·惠特利

博恩·崔西实现了另一个本垒打！不要在读这本书之前有任何偏见。读这本书的时候，努力用你每一个细小的洞察力，然后就等着看你的销售额上涨吧！

——《纽约时报》受人钦佩的畅销书Ways to Double Your Value的作者马克C.汤普森

博恩·崔西以前写过另外一本令人难以置信的书，如果你从事销售行业并且想要实现更成功的业绩和赚到更多的钱，那么就读这本书吧。

——Execution is the Strategy和What to Do When There's Too Much to Do的作者劳拉·斯达克

博恩·崔西关于销售的这本新书将会使你最令人振奋的事业在未来取得成功，并且帮助你变得更出色。这是一本必读书籍，也是你藏书中重要的新书。买一本来读读，并且认真体会里面的语句，然后将其中的智慧和真理运用到销售工作中。这本书将是你在获得长期成功的道路上必不可少的要素。

——皮特·莱格博士

加拿大传媒有限公司OBC, LL.D.技术学校董事长兼CEO

销售是一条自强之路

电影《当幸福来敲门》中，威尔·史密斯饰演的销售员在人生的谷底，面临经济困顿、妻子离去、流离失所的严峻处境，顶着巨大的压力，通过艰难的努力，渡过重重难关，最终重新将命运的缰绳掌握在自己手中的故事感动了无数人。这位销售员的形象也成为销售群体的楷模和销售员精神的代言人。

在我们这个时代，销售成为最为普遍的职业之一。越来越多的人通过这一职业为自己和家人创造生活，并实现自己人生的价值。

每一个销售新手要成长为销售精英，都需要在失败和拒绝的熔炉中经历千锤百炼，需要超越自己的恐惧和不自信，挑战自己的认知、惰性以及为人处世的态度和方式。而这个过程的回报，除了业绩的提高、收入的增加、生活的改善，更重要的是，它将让你成为不一样的自己，更自信，更能担当，对生活更有把握，对未来更有希望。正如作者所说：“对于销售精英而言，这是一个美妙的时代。当你成为优秀的销售，你将始终能够掌控自己的现在和未来，掌控自己的生活和命运。”

奋斗的过程是艰辛的，甚至是孤独的。很多时候，你只能独自面对自己内心的恐惧和彷徨，激励自己的勇气和斗志。幸运的是，在这片领地，你并非孤身一人，前人已经踏出了清晰的道路。

本书的作者之一博恩·崔西，现在是闻名全球的个人发展与职业发展大师，他就是从一个普通的销售员做起，然后成为大型公司的首席运营官，最后创办自己的公司。而另一位作者迈克尔·崔西是他的儿子。他在大学毕业后，听从父亲的建议，选择成为一名销售，然后久经考验，逐步晋升为大型公司的销售副总。本书浓缩的是他们多年销售的实践经验。他们了解销售人员的种种心理和困难所在，也了解战胜自己、战胜困难、实现销售成功的方法。

本书讲述的不仅是包括发掘潜在客户、建立信任、准确界定需求、销售产品展示、处理异议、成交、再销售和转介绍的一套系统但全面的销售方法，更是对销售中的心态、思维方式、处世方式、自我提升的指导。它可以成为你奋斗之路上的导师、陪伴者和激励者，在你迷茫时给你指明方向，在你失落时给你带来勇气。

迈克尔在大学毕业选择工作时，向父亲博恩·崔西请教：“如果我想在今后获得商业上的巨大成功，您能给我的建议是什么？”博恩·崔西告诉他，他应该从一名做陌生拜访的销售做起。“通过在这么困难的条件下创造销售成功，建立起强大的自信，将为你的生活建立起牢固的心理基础，让你对任何事情都不会心怀恐惧。”如果你也像迈克尔一样，心怀远大的志向，而又脚踏实地地选择了这条勇敢者的道路，愿本书助你一臂之力。

翻译这本书是一种学习和享受，我们感到非常荣幸。在这个过程中，我们也受到深深的启迪和鼓励。人生不易，要战胜困境，要达到自己的目标，要成为更好的自己，我们都和销售一样，需要自强不息、百折不挠，需要目标清晰和专注前行。同时，“实践出真知”，这些从实实在在的人生经历中总结出来的经验和知识，闪耀着迷人的魅力，饱含着打动人心力量。

感谢华章公司一直孜孜不倦地为我们提供这样有真知灼见的好书，感谢王璐编辑和王金强编辑对我们的信任，以及在这个过程中给我们的帮助。

同时，特别感谢北京智学明德教育科技有限公司总裁徐中博士，在我们成长为经管图书翻译的过程中给予的指导和鼓励。

由于译者水平所限，不当之处，敬请指正！

胡金枫 崔璨

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，你也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，而且能快速地识别出他们。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，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，而且在进程的最后一刻，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“撒手锏”。

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？

雄心是人与命运抗争的动力所在。这是来自上天的激励，激励你树立更伟大的目标，实现更伟大的成就。

——唐纳德G.米切尔

为什么有些销售比其他销售更成功？

我在很多年前刚开始做销售时，好几个月都处于很挣扎的状态，很少能赚到足够生存的钱，而我周围的其他销售人员卖的和赚的都比我多得多，而他们看起来并非比我更聪明，也并非比我更努力。

我的第一次突破是发现了80/20原则。这个原则说的是，20%的销售创造了80%的销售额，赚走了80%的钱。这意味着，排名前20%的销售人员的平均收入是排名后80%的16倍。

我最初听到这个统计数据时，深受震撼，同时也深感气馁。气馁是因为在我的生命中，我从来没有擅长于任何事情，更不用说把什么事情做到前20%。我从学校辍学，从事着单调乏味的工作，生活窘迫，常常需要把随身带着的背包中的所有东西拿出来垫在地上睡觉。进入前20%这个想法令人兴奋，但是太过遥远。我不认为我能够做到。

然后我了解到了另一个事实：每一个处于前20%的人都是从后20%开始的。所有那些今天做得很好的人，都曾经做得很差。所有那些处于生活顶层的人都是从生活的底层开始的。就像哈佛·艾克（T.Harv Eker）说的，每一位资深人士（master）都曾经是一个灾星（disaster）。

我很快就下定了决心要进入前20%。后来，我学习到，做出一个决定，不管是哪种决定，然后为这个决定采取行动，通常是你人生的转折点。如果不做出进入前20%的决定，这件事情就不会发生。成为你所在领域的顶尖人士，一定不是只靠运气和机遇就可以做到的。任何领域的顶尖人士之所以能够到达那里，都是因为他们做出了一个决定，然后以坚持不懈的努力日复一日、年复一年地支撑这个决定，直到把这个决定变成现实。

马尔科姆·格拉德威尔在他的书《异类》中，阐述了一项研究，说要成为你所在领域的顶尖人士，需要经过7年或者10000小时的全情投入和不懈努力。这并不是说你在7年里每天去上班，然后回来这么简单。而是说，全身心地投入到让自己变得更好的这件事情上，就像在重大赛事中进行百米冲刺一样，把内心的全部力量都用来提升自己的技能。

佛罗里达大学的安德斯·爱立信对“刻意的练习”所做的研究得出的结论是，所有的顶尖人士都投入了10年的艰苦努力才达到“杰出的表现”。

当我把这些统计数据与听众分享时，现场总会有销售人员发出沉重的叹息。他们说：“可是我今天已经30岁了。你说我需要花7~10年才能进入所在领域的顶层，那就需要等到比现在还要大7~10岁的时候。”

这是事实。然后我问：“不管怎样，7~10年之后，你会老多少呢？”

事实是，无论怎样，时间都会流逝。从现在开始7年之后，你无论如何都会老7岁。而唯一的问题是，你是否会进入你所在领域的顶层，并在这个行业成为一位高收入人士。这几乎完全取决于你个人的选择。

记住，你可以学习任何你需要学习的任何东西，去达到任何你能为自己设定的目标。所有的销售技能都是可学习的。今天任何一个擅长某项技能的人，过去都曾经完全不会。我所认识的很多最优秀的销售人员在最初做销售时都是很糟糕的，而且对开发潜在客户充满恐惧。但是今天，他们已经是我们的社会中最积极、最自信、收入最高的人了。他们所做的，你也可以做到。

自信与自尊

正如在销售领域，20%的销售创造了80%的销售额，赚了80%的钱一样，80/20原则在其他方面也是适用的。比如，成功80%靠的是头脑和情感，而不是技术和体力。

在任何领域、任何经济、任何市场中，对任何产品或服务，销售成功最重要的决定因素是自信。当你对自己和自己获得成功的能力有不可动摇的自信时，你就会变得像一股自然力量一样无可阻挡。你的自信程度越高，为自己设定的目标就会越高，也越能够更快地从拒绝和沮丧中恢复活力，在较短的时间内实现更高的业绩。

同时我还发现，自信是由自尊决定的。你的自尊可以定义为“你有多喜欢自己”。

你越喜欢自己，你就越自信。你越喜欢自己，就越喜欢他人，包括你的客户。你越喜欢你的客户，他们也会反过来越喜欢你，更愿意向你购买并把你推荐给他们的朋友。

自尊的另一面是“自我效能”。“自我效能”指的是你有多擅长于你所从事的工作。你把自己的工作做得越好，你就会越喜欢自己。二者相辅相成，相互促进。

心理学家说，你在生活中做的所有事情都会以某种方式影响你的自信。几乎你做所有事情的动机，都要么是为了建立自尊，要么是为了保护自尊免受他人或其他情况的削弱。自尊是人格中的“反应堆核心”，决定了你的乐观、自尊和自豪感的程度。

你为提高自己的自尊所做的所有事情，也会提高你的自信。当你发自内心地喜欢自己或者爱自己，把自己看作一个有价值、重要的人时，你就会变得更加积极、愉快，完全不再恐惧拜访客户和让他们从这里购买商品。

七大步骤建立良好的心理素质

你的自尊程度反映了你的心理健康程度。心理健康与身体健康一样，你可以通过大量的锻炼让身体变得健康，也可以通过一些方式进行心理锻炼，从而变得心理健康。为了在销售中建立更高的自信和自尊，你必须像最积极和最成功的销售人员那样思考和反应，直到你变得非常自信、无可阻挡。

高自尊的人可以在任何市场中都销售得很好。低自尊的人即便在最好的市场中也无法销售。自尊是关键。

下面七个步骤可以帮你达到销售中的心理健康，并改变你对自己和自己潜力的看法和感受。要成为顶级销售人员，你必须：

- 1.有雄心
- 2.有勇气
- 3.全心投入你的工作
- 4.专业
- 5.负责
- 6.为每一次拜访做充分的准备
- 7.持续学习

通过反复地练习这些原则，你最终甚至可以参加销售的“心理奥林匹克运动会”。

顶级销售都是有雄心的

他们有强烈的意愿想要在销售中获得成功。这可能是在销售或其他领域获得成功的最重要品质。在对美国最成功的人士做了22年的研究之后，拿破仑·希尔得出这样一个结论：“燃烧着的渴望”是所有成功人士和富有人士的出发点。这一点在整个历史中从未改变。

我的朋友莱斯·布朗说：“如果你想要成功，你必须求之若渴。”

如果你有足够的雄心和足够的果断去实现目标并获得成功，就没有什么可以阻挡你。要在销售中获得成功，你必须要有极强的雄心，因为在拜访新客户，进行销售产品展示和让客户购买的过程中，你会经历无数的失败和拒绝。

雄心是成就熔炉中的燃料。你有越强的雄心和内驱力，你就越能够越过生命之路上一个又一个的减速带。你的雄心越强，你就越能很快地从沮丧中恢复活力，越能不屈不挠、坚持不懈，直到实现最终的目标。

下定决心做到最好。顶级销售由于其雄心，都有极强的决心要做到他们领域的最好。

对很多人来说，销售是一个“误打误撞的职业”。也就是说，人们并不是事先就计划好要进入销售领域，而是在他们没有其他选择或其他事情都不顺利的情况下，才进入销售领域的。

80%从销售起步的人，把销售看作一个临时的职业。他们一边从事销售，一边不断寻找其他机会。所以，他们从来没有全心投入到销售中。他们从来没有精通销售，也从来没有取得很大的成功。他们在作为销售人员的大部分职业生涯中，几乎都停滞不前。

而顶级人士不同。虽然他们进入销售领域也通常由于偶然，但是在某一个节点上，一些美妙的事情在他们身上发生了，一盏灯被点亮了。他们环顾自己所在的销售领域，发现通过精通销售，他们可以实现自己所有的目标。如果他们在这个职业中做到最好，他们可以比那些经受了多年大学教育的职业人士赚更多的钱。

这时，他们的助推器启动了。他们决定在销售方面做到最好。他们全心地投入学习、倾听、参加课程中。每一次他们学到新的知识并加以应用，他们的销售业绩就会提升。这进一步增长了他们的雄心和获得成功的决心。

这是最伟大的发现之一：没有对卓越100%的承诺，就意味着接受平庸。在你的领域有卓越或杰出的表现，是多年刻苦努力进行个人提升的结果。就像那些参加奥运会的运动员大多坚持训练了7~10年，那些在自己的领域做到顶级的销售，也用了7~10年的时间来打造自己。厄尔·南丁格尔写道：“快乐是对有价值的目标或理想的逐步实现。”当你下定决心要做到卓越，成为你所在领域的最佳，并且每一天都努力提升自己时，你将很快就开始看到结果。

你的雄心和做到领域内最好的决心是让你的潜能不断爆发的催化剂。

顶级销售都是有勇气的

他们不断地面对那些让大多数人停步不前的恐惧。如果雄心是成功的驱动力，勇气就是释放雄心的方式，因为恐惧是成功的最大障碍。

当我开始研究高绩效心理学时，我惊讶地发现，对失败的恐惧，而不是失败本身，是成年人生活中成功和快乐的最大障碍。每个人都会不断失败，但削弱绩效的是对失败的看法或恐惧。

对任何形式的失败的恐惧，即便是想象的失败，都会像刹车一样，阻碍你发挥潜能，阻碍你采取行动。对失败的恐惧导致你拖延、推迟、逃避任何你可能不会取得成功的情境，特别是销售情境。

爱默生曾经写过一段改变他人生的经历。10岁时的一天，他在马萨诸塞州康科德城的一条街道上走着，一个纸片飘到了他的脚边。上面写着：“如果你想要在一生中获得成功，就必须养成一个习惯：做你所恐惧的事，如果你做你所恐惧的事，恐惧必然会消失。”

从此他的生命就改变了。如果你也能建立起做你所恐惧的事的习惯，你的生命也会发生巨大的改变，直到恐惧消失。

格伦·福特写道：“如果你不去做你所恐惧的事情，恐惧就会控制你的生活。”

事实上，不经历失败是不会有成功的。顶级人士比一般人和不成功的人失败的次数更多。顶级人士当然也不喜欢失败，但是他们知道，在追求成功的道路上，除非他们愿意一次又一次地去经历失败，否则是不可能达成目标的。

就像你大多数时间在思考什么，你就会成为什么一样，你大多数时间在对自己说什么，你也会成为什么。有四个充满魔力的字是你不断重复的，以建立自信，降低对失败的恐惧感，它们就是：“我能做到！我能做到！我能做到！”

每当你为是否探出脚去做你所恐惧的事感到犹豫不决时，你就可以通过着重地重复这句话——“我能做到”来调节这种情绪，让自己敢于采取行动。

征服对拒绝的恐惧。阻碍你成功的第二大恐惧，是对拒绝的恐惧，在销售中尤其如此。这种恐惧来自儿童时期被批评的经历，或者成为父母的“有条件的爱”的受害者的经历。据说，成年生活中的所有情感问题都来自童年时期“爱的压抑”。如果你是在非鼓励性和支持性的环境中成长起来的，你在成年以后会有强烈的不安全感甚至过度敏感，导致你受到他人的想法、观念、态度的消极影响，不管它们是真实的还是你想象的。

在销售中，对拒绝的恐惧有时被称为“对客户拜访的不情愿心理”，这是销售成功的最大障碍。除非你能战胜这种对拒绝的恐惧，否则你就不可能发挥出你作为一个销售人员的真正潜力。

幸运的是，你可以刻意地训练你的头脑，改写自身的程序，让自己不再恐惧拒绝，而是盼望拒绝。每天早上，你会迫不及待地起床去迎接拒绝。

在我最初做销售时，每次敲门，我恨不得想出种种借口不去冒被拒绝的风险。后来，我学到的一些东西改变了我的销售职业生涯：客户拒绝的不是你这个人。你可能在想：“什么？你的意思是说，当一个人拒绝我所提供的产品或服务时，与我没有关系？它完全是在一个竞争性的社会中，对一个商品供应的非个人化的回应？”是的！

当你拜访新的潜在顾客，而他们的回应比较消极时，这其实与你真正的价值或自我价值无关。你所拜访的潜在客户甚至不知道你是谁，也不了解你的任何事情。这种拒绝是完全非个人化、中立的，并不是针对你的。

在我了解到这一点后，我的销售活动增加了很多。我每天早上起床时会对自己说：“今天，我将面对很多拒绝，但是我将把每一次拒绝当作更加努力的动力。每一次被拒绝，我都会变得更加积极坚定，渴望拜访更多的潜在客户！”

很快，我开始盼望每天的第一个拒绝。我改写了我的潜意识，让自己在遭到拒绝时，能够带着乐观、热情的心情去应对。有时，我在遭到当天的第一次拒绝后，会大声笑出来，感到自己是那样不可阻挡。

顶级销售全心投入他们的工作

每一个领域最成功的人，特别是销售人员，都是全心投入他们的工作的。他们把全部心思都用在工作上，不断努力做好和做得更好。

你在多大程度上相信你从事的工作是好的、重要的，会直接影响你在演示和销售产品时对他人的说服力。首先，销售人员要相信他们的公司，相信公司是优秀的组织，自己为在此工作感到自豪。

顶级销售人员相信他们的产品和服务。他们相信自己提供的产品和服务是市场上最好的。他们相信他们的产品和服务能够帮助人们改善生活和工作。他们如此相信他们的产品，以至于只要有可能，他们自己

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

文档名称：《高绩效销售》【美】崔西 (Tracy, B.) ; 【美】崔西 (Tracy, M.) 著. epub

请登录 <https://shgis.cn/post/1220.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

