

<<信任五环>>

图书基本信息

书名：<<信任五环>>

13位ISBN编号：9787111327165

10位ISBN编号：7111327160

出版时间：2011-1

出版时间：机械工业

作者：夏凯

页数：309

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>

<<信任五环>>

前言

五环与五行：销售拜访的规则与禁忌 销售是人与人通过沟通从而实现认知趋同的过程。了解客户的需求，让客户认识到产品的价值并接受产品的价格，从而拿下订单，这是很多销售人员的日常工作。

那么，怎样才能赢得客户的信任呢？

白天子以至于庶人，壹是皆以修身为本。

对于销售拜访这种日常行为，我们建议“发于心”而“止于行”。

发于何心？

子贡问孔子：“有一言而可以终身行之者乎？”

孔子说：“其恕乎！”

己所不欲，勿施于人。

（《论语·卫灵公》）儒家所倡导的推己及人的“恕”道是为人处世之本。

“如心”为恕，了解对方的真实想法，揣度体谅他人的心思，站在对方的角度以同理心换位思考，才能心无旁骛，以道驭术。

止于何行？

克己复礼，行不逾矩。

即我们的行为要符合规律，合乎情理。

有客户朋友反映：有的销售无视他们的想法和感受，一味地推销产品有多好，试图把认知强加给他们，这让他们很不舒服，也影响了他们对“销售”这个群体的认知。

那么，应该怎么“行”呢？

在销售拜访或销售过程有什么规律可以借鉴吗？

在博大精深的中华优秀传统文化中，“五行”之“木、火、土、金、水”是数千年思想沉淀的精华，是万事万物的大规律，无所不指，无所不包。

客户无论是一次复杂的购买，还是作出一个简单的决定，都在这个大规律之中。

我们的销售行，为也不例外。

何谓五行？

它与销售又有什么关系呢？

木，主生发，木曰曲直，温直而扰毅，木之德也。

销售拜访之前，为什么要进行销售拜访？

这次拜访或销售要达成什么结果？

怎么预约客户？

这是拜访或销售过程的“生发”环节，此谓“拜访准备”或“销售准备”。

火。

主发散，火曰炎上，简畅而明矜，火之德也。

销售拜访初期，怎么开场才能激发客户的兴趣？

如何提问才能探索到客户的需求？

怎么了解客户的真实想法？

这是拜访或销售过程的“发散”环节，此谓“了解概念”或“探索需求”。

土，主梳理，土曰稼穡，宽栗而柔立，土之德也。

销售拜访过程中，如何锁定关键需求？

如何将自己的优势与关键需求关联？

如何与客户共同制定选择标准？

这是拜访或销售过程的“梳理”环节，此谓“呈现优势”或“制定标准”。

金。

主收敛，金曰从革，刚塞而弘毅，金之德也。

销售拜访结束前，如何推进销售进程？

<<信任五环>>

如何与客户共同制订行动计划？

如何迈出销售成交这一步？

这是拜访或销售过程的“收敛”环节，此谓“获得承诺”或“推进成交”。

水，主和谐，水日润下。

愿恭而理敬，水之德也。

销售拜访结束后，如何评估这次拜访或销售过程？

如何判断是否赢得了客户的信任？

这是拜访或销售过程的“和谐”环节，此谓“拜访评估”或“销售总结”。

五行之间的相生关系，决定了拜访或销售的规则：木生火，钻木生火，有效准备才能使沟通过程聚焦，才能抓住关键需求。

火生土，焚木生土，发掘客户的深层需求才有机会建立标准，呈现优势。

土生金，聚石生金，梳理和满足深层需求才能够获得客户有效的承诺。

金生水，销锻生水，获得行动承诺才是成功的拜访，才叫赢得了客户的信任。

水生木，温润生木，获得了客户的信任，能够再次创造拜访和销售的机会。

同时，五行之间的相克关系，决定了拜访或销售的禁忌：火克金，精胜坚，没有目的的需求探讨和发散，会影响最终的销售结果。

金克木，刚胜柔，销售过于关注成交，会忽略客户购买动机和拜访目标。

木克土，专胜散，客户的购买动机和销售目标不清晰，就无法建立优势。

土克水，实胜虚，需求或标准梳理不清，将影响客户对销售的信任。

水克火，众胜寡，盲目地总结，会失去客户深层需求分享和新的销售机会。

依“木火土金水”五行之大规律，便有了“拜访准备”、“了解概念”、“呈现优势”、“获得承诺”、“拜访评估”的“信任五环”！

祈望“信任五环”能让客户更幸福地购买，让我们更幸福地销售！

<<信任五环>>

内容概要

本书通过小说的形式，全景展现真实销售情境，并结合深厚的心理学功底，运用提问和对话的方式，不断冲击传统的销售认知，为你带来源源不断的思考、启发和灵感。通过销售拜访的“拜访准备”、“了解概念”、“呈现优势”、“获得承诺”、“拜访评估”五个环节，帮你探寻客户的购买动机和真实想法，按照客户购买的心理过程和思维习惯去行动，放弃胁迫式的推销，和客户一起购买，积累客户的信任，从而真正赢得销售的成功。

让我们跟随神秘人老寒，以及菜鸟级销售小朱、顾问型销售小杨、关系型销售小牛、勤奋型销售小马和悠闲型销售小熊，一起开始伟大的销售拜访之旅吧！

<<信任五环>>

作者简介

夏凯，网名寒崖、寒崖蚀骨，俗称老寒。

现任用友大学营销学院院长，用友认证企业培训专家，营销及人力资源任职资格认证评委，2009年度、2010年度“用友十大杰出讲师”。

从事营销和咨询十余年，历任分公司咨询顾问、客户经理、省区大客户总监、北方区行业总监、总部行业总监等职。

作为销售精英，签下公司首个千万大单而创下最大签单历史；作为行业总监，开拓多条业务线并组建多个业务单元；作为信息化专家，为近百家大中型企业提供信息化咨询服务。

国内管理软件行业“顾问式销售”、“解决方案销售”和“行业营销”的首批践行者。

现负责用友营销能力体系规划与建设、营销课程开发与培训。

主持开发“策略销售”、“信任销售”、“方案销售”、“大客户管理”、“行业经营”等系列精品课程。

其中，“策略销售”获国家版权局的版权认可证书。

在全国期刊和知名网站发表多篇文章，著有《赢单九问》（曾用名《策略九问：决定复杂销售成功的九大思考》，获营销中国论坛“2009年度中国营销杰出著作”）、销售成长自传《独孤求BUY》（网络连载中）、长篇小说《职场向西见如来》等。

<<信任五环>>

书籍目录

引子

主要人物介绍

第一章 美丽的邂逅

1.几个好兄弟

2.销售的困惑

3.从战场到情场

第二章 做好拜访准备

4.小杨的专业拜访

5.帕萨特和君威

6.客户为什么买

7.到底是谁行动

8.怎么预约客户

第三章 提问引发思考

9.小朱陌拜总经理

10.推销胁迫症

11.开场激发兴趣

12.确认增加好感

13.提问引发思考

14.态度决定一切

15.情人还是棋子

第四章 倾听了解概念

16.无所不知的小杨

17.陶部长竟然骗我

18.提问操纵症

19.冲动是魔鬼

20.沙漠求生心态

21.回应激活思维

22.巧用肢体语言

23.心临其境

24.沉默是金

25.点燃二踢脚

第五章 呈现差异优势

26.趟雷敢死队

27.魏部长的笑

28.为什么不承诺

29.有啥不一样

30.心里有个她

31.后来想居上

32.酒香巷子深

第六章 共同创造方案

33.爽快的刘经理

34.小前台的秘密

35.概念的铁球

36.装修效果图

37.售楼的伎俩

<<信任五环>>

38.合作经营法

39.四季沟通术

40.积累话术库

41. SPA的感觉

42.说话的艺术

第七章 获得行动承诺

43.陶部长的顾虑

44.小朱的惆怅

45.成功的阶梯

46.获得行动承诺

47.顾虑的由来

48.太极推手

49.招式与套路

第八章 回首往事

50.年终冲刺

51.雏鹰下断崖

52.效果怎么样

53.五行性格

54.百变销售员

55.赢在信任

后记

致谢

<<信任五环>>

章节摘录

小杨说“只求他们别把项目搞砸了”，可能是心里有阴影。前段时间，在小杨的精心运作下，有个大项目的董事长终于同意见他们了！小杨本想请公司董事长出面，可时间不凑巧。但和客户说好了会有高层出面，只好硬着头皮请了一个副总。副总只砍了三板斧，“感谢您的信任和支持，我们非常重视这个项目，一定给您最优惠的价格，一定派最有经验的专家为您提供服务”，接着跟客户套了半天热乎。客户刚开始挺高兴，可当董事长谈一些具体话题时，那个副总绕来绕去就不正面回答，因为他根本不清楚！那次见完，小杨再约董事长，直接被拒绝了！更要命的是，最近听说那个客户和竞争对手越走越近。那次成了小杨心中“永远的痛”！

“别说高层，就是一般客户，见面除了知道介绍公司、产品和方案以外，好像没什么其他的话题可谈，最多说一句‘今天天气很好’。”小朱感同身受，一副无奈的样子。

“是不是因为把握不好客户心理呢？真不知道他们在想什么。”小杨自言自语。

“我的客户倒没那么复杂，我跑勤点儿，学学产品，给客户介绍介绍，总有能成单的。”小马认为勤奋是销售的第一要素。

“你不能成交的最主要因素是什么呢？”我问小马。

“我统计过，我们的产品功能还行，品牌和价格也还算有竞争力，不能成交的主要因素就是客户说没需求，不需要我们的产品。没办法，只能过段时间再联系看看，我就不信他一直没需求！”小马自信地说。

他漏斗里潜在客户数量还可以，他有自己的拜访原则，那些没需求的最不重要，两个月才拜访一次。

“就算有需求，可客户总也不着急，不是立不了项，就是立了项也迟迟不决策，怎么才能让他们快点儿呢？”小熊吃尽了客户不着急的苦头，那几个项目很久也没进展，没少挨经理批。

“嗯，该做的工作都做了，该搞的人也都搞了，就是进度缓慢，总不能按预计的进度推进。”胳膊抱在胸前的小牛也忍不住了。

“是啊，牛哥都说到这问题了。老寒，我们怎么样才能缩短销售周期，慢单快签呢？”小熊问。

“这是很多销售都很关心的问题。还有呢？”我看着大家。

小熊得意地看了看小马，他觉得能谈到“推进”的都是大项目，小马那些满地麻雀一样的小单子根本没法和他的项目比。人总需要点儿自信和优越感，小熊就从小马身上找到了。

小马没理小熊，转眼看了看小杨。小杨之前做顾问时，小马经常请他帮忙支持客户，或者帮助老客户解决问题。等小杨做销售了，小马也偶尔给小杨几个单子，但都是总谈业务，不好对付的主儿。小杨做下单子、拿了奖金也不忘了小马。

<<信任五环>>

小杨仰头想了想，说：“有时候，我觉得产品和方案挺好的，真能帮助客户解决很多问题，给他带来很大价值，也都是别的客户验证了的。

可是客户却不这么认为，怎么解释也没用，还挺固执，他们总觉得自己和别人不一样，其实就是一样的！

唉，真拿他们没办法！

”小杨心想，在座的遇到这个问题的不多，只有顾问式销售才能和客户谈到方案，那些搞关系的用不到这么专业的东西。

“是啊，怎么才能让客户认可我们的产品和方案呢？”

”小朱趁机插嘴。

“嗯，我们有很大的优势，怎样清晰地告诉客户呢？”

”小熊跟着问。

“还有，我们经常搞不清楚客户的真实预算。”

”小杨补了一句。

小牛心里暗自盘算，表面上看是几个兄弟在提问题，实际上也是不同风格的销售相互博弈。小牛算是玩过项目的，他知道小马做销售靠腿，小杨做销售靠嘴，小熊做销售靠磨，小朱做销售靠撞，而他小牛做销售靠胃更靠脑，不仅酒量大，还爱动脑子琢磨，其他几个档次明显不够！

“老寒啊，知道你玩儿过不少大单，我就想问你怎么才能占据主导地位，控制进程和选型标准，让客户跟着我走？”

”不愧是小牛，忽悠了找，也抬高了自己。

“呵呵，如何控制好销售进程，好问题！”

”我重复了一下。

小牛顿了顿，说：“比如说吧，酒桌上说得好好的，拍着胸脯说没问题，真该着他使劲儿的时候，却找不着他了。”

”“可不，说好了支持我，却反水支持对手！”

怎样才能让客户真正支持我？”

”小熊整天被小马揶揄，被小杨看不上，只能找个靠山，他觉得小牛应该行。

问题越来越深了，从找商机、跑销售，到操控项目、分析人，还真不少。

“现在的竞争对手总乱搞，有时候还故意报低价搅局，怎么应对低价竞争啊？”

”小马把话题引到了竞争上。

“嗯，不知道竞争对手到底在干什么，知己不知彼啊！”

”小牛虽然善于搞关系，但是对手也在搞。

有的客户吃两头，瞒着他和对手混到一起，甚至告诉他些假消息，他为此着实丢过几个单子。

“就是，我有这么好的方案，客户凭啥选了竞争对手，就是不选我呢？”

我们的优势非常明显啊！

客户明知选择竞争对手是个坑，还往里跳，真是没办法！”

”小杨很疑惑。

我想了想，问：“客户为什么要买东西，又是根据什么作的决策呢？”

”“因为需求啊，所以我们要引导需求，控制需求，创造需求！”

”小杨得意地说。

小朱低着头说：“我不知道怎么搞需求，反正客户说一看我就是个销售，光想着怎么挣他们的钱。怎么才能让客户觉得我不是个销售，对我不那么反感啊？”

”此问让我着实吃了一惊，想不到菜鸟小朱竟然问了个这么有水平的问题。

正惊讶着，小朱又抛了个雷人问题，“我怎么知道该干些什么呢？”

”大家都看了看小朱，又彼此面面相觑。

……

<<信任五环>>

<<信任五环>>

媒体关注与评论

随着网络信息时代的发展，客户的采购行为发生了重大改变，销售员所面临的挑战也随之加剧。优秀的销售员应该知道如何深层地了解客户的需求，并与客户一起制定出满足客户实际需求的解决方案，从而帮助客户实现其目标、解决其问题、满足其需求。

读者可以通过《信任五环》极大受益，不仅可以了解新的销售理念，而且可以学会如何通过沟通与客户达成共识，从而赢得客户的充分信任。

——CustomerCentricSelling Asia Lynn Hua 建立信任，依靠的是自己的职位吗？

依靠的是自己所在的公司吗？

依靠的是拍胸脯发誓、写血书保证吗？

依靠的是投机取巧、请客吃饭吗？

依靠的是频繁见面、送红包、送烟酒吗？

作者用小说的形式诠释了销售的真谛，用对话的方式揭示了信任的秘密。

——美国科特勒营销集团（KMG）中国区高级营销顾问 孙路弘 一个好的销售，永远不是在心理上压服你的客户，而是按照客户的购买逻辑去行动。

《信任五环》引领你一步步地按照客户的购买方式去经营自己的销售行为，并最终走向销售的成功。

——实践营销专家，《纵横》作者 崔建中 一开始读《信任五环》真的非常痛苦、非常难受，因为发现自己以前的做法都出错了，感到自己什么都不会了。

向敢于直面自己、认真读到这里的兄弟表示祝贺，因为我们是在拿刀子挖走自己身上的毒瘤。

毒瘤拔出来的过程很痛苦。

但当毒瘤拔出来以后，感觉真的很轻松，真的很舒服。

——天涯网友 飘在西北 看似无关的场景描述，看似累赘的人物描写，看似冗长的人物对话，正是销售案例的真实再现！

让我深深震撼，不断反思自己！

感谢楼主用这些活生生的案例启发我们，教导我们，点点滴滴地指导我们成为一名出色的销售。

——天涯网友 若悟自心

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>