

# 销售高手 16 项情商训练



大量的证据表明，销售人员在事业上能否成功，与其情商及其开发程度紧密相关。如何利用情感的力量影响消费者的购买欲望和对品牌的忠诚度，是广大企业和销售人员一直在探索的问题。本书旨在帮助广大销售人员学习和开发情商方面的潜能，使其在销售生涯中能够更多地利用情商的力量去促进销售，力求帮助每一个销售人员都成为熟练的情感销售高手。全书分为 16 项情商训练专题，包含了关于销售情商的基本介绍、销售技能提升的原则以及运用情商提高销售业绩的基本技巧等内容。此外，书中还介绍了一些具体的应用工具和练习，包括自我评估、情商练习、情商技巧、延伸阅读等内容。这些内容既可用于企业对销售人员的培训，也可用于销售人员的自我训练。

## 《用情商拿订单》前言

企业界和商业界一直都试图利用情感的力量影响消费者的购买欲望和对品牌的忠诚度。大量的证据表明，销售人员在事业上能否成功，与其情商及其开发程度紧密相关。美国前总统布什曾说：“你能调动情绪，就能调动一切。”针对这一现实，我在实践基础上精心编写了这本《用情商拿订单——成为销售高手的 16 项情商训练》，旨在帮助广大销售人员学习和开发情商方面的潜能，使其在销售生涯中能够更多地利用情商的力量去促进销售。

本书力求帮助每一个销售人员都成为熟练的情感销售高手，书中内容集中在如何将情商的各方面知识运用到销售中。全书分为 16 项训练专题，主要包括情商对销售的作用和影响、了解自己的情感世界、保持积极的自我形象和工作态度、用自信应对销售中的困难局面、形成独立自主的思维习惯、寻找自我实现的内在驱动力、运用移情技巧提升业绩、人际关系的创立和维护、培养道德意识和社会责任感、主动适应各种社会现实、灵活应对各种销售情形、在压力下进取、提高问题解决能力和情绪控制能力等内容。此外，书中还介绍了一些具体的应用工具和练习，包括自我评估、情商练习、情商技巧、延伸阅读等内容，这些内容既可用于企业对销售人员的培训，也可用于销售人员的自我训练。

本书具有以下四个特点。

### （一）实用性

情商潜能自己不会泉涌而至，需要我们去学习和开发。在情商的开发过程中，对事物、对销售的良好愿望也是必不可少的。销售人员只有积极地做好自己的工作、积极地对待产品、积极地处理客户关系，才能使情商得到开发。本书的 16 项专题，都是针对销售实际而设计的，结合了销售人员实际运用的情商技巧；同时，笔者在写作过程中总结并提供了一些与情商有关的实用销售技巧。

### （二）实践性

本书所列举的所有在销售中运用情商例子，都来自于实际工作和相关研究中。可以肯定，广大销售人员也能为自己列举出许多这方面的例子。笔者在编写过程中减少了理论叙述，增加了实际运用的指导以及自我评估、自我训练等可以直接提高情商能力的材料，以帮助工作繁忙的销售人员快速掌握运用情商进行销售的方法和技巧。

### （三）训练性

要想激励客户，首先要用情商激励自己。任何成功都是和自我修正紧密联系在一起的。只有通过个人的自信、过硬的产品和得体的说服才能实现成功销售。情商能够培养我们对自身、对产品、对企业的信心，也同样能激起我们对客户的热情。这本书的撰写充分考虑了销售人员自我修正的需要，提供了大量具体的自我评估工具和训练工具，销售人员可以很方便地进行自我认识、自我调整和自我完善。

### （四）科学性

本书是在大量情商理论和实验研究的基础上撰写的，所运用的材料都是经实验和实践检验过的，具有较高的科学性。

我们希望，广大销售人员通过阅读本书能够有效开发自己的情商潜能，变得更富有亲和力；并能从我们的观点中得到有益的启发，增强自信心，提高销售能力，成为变化世界中的销售冠军，在通往成功的道路上取得长足进步。

本书在撰写过程中，参考了一些专家、学者的著作和观点，在此向各位表示衷心的感谢。尽管本书是精心撰写之作，但由于笔者水平的限制，定会存在一些不足，希望读者批评指正。

“情商”也是一种“精神”。我们应带着这种精神去做事，去生活，谁能掌握情商，谁就是胜利者！

## 《用情商拿订单》第一部分

### 训练专题 1 认识销售世界中的情商

情商决定你的销售业绩

#### （一）情感唤起购买

关于营销的故事表明，情感可以刺激购买兴趣、引导选择、唤起购买动机以及影响未来的购买决定。购买的想法并不只是毫无生气的精神活动，这些想法可以是令人兴奋的，可以包含强烈的喜好、厌恶、渴望和热情。情感加强欲望，也加强动机。

消费者最深层的意识唤起了情感，刺激了动机，指引着需求以及树立价值观。任何一度引起我们注意的事物都可以唤醒情感。情感是意图的兴奋剂，正是情感表达了意图或是事物对某个人重要性。说某一件事情毫无意义意味着它对我们没有情感上的重要性。在销售过程中，消费者暗中考虑了自己的价值观（审美学的、享乐主义的、道德的或是经济的），在这些价值观后面就是情感。正是我们在情感上的体验主要决定了我们的价值系统。这些价值反映了我们最想保持或提高的东西，比如自由、公正、生存，以及较低层次的重视的东西，例如，从愿意富一点而不是穷一点，能够把握生活而不是感觉受控制，拥有更高的而不是更低的自尊等。多数购买都是以个人喜好和厌恶等强烈情感为基础的。

#### （二）顾客永远是情绪性的

##### 1. 顾客是会感动的

问某个人为什么要买某样东西时，他们的答案都充满了情绪：“我想要买。”“我需要这样的东西。”“我就是很喜欢它。”“我觉得这个东西值得我拥有。”“那个店员说我戴着很好看。”“我就是想挥霍一下。”“大减价，我看价钱很好就买了。”

##### 2. 在消费体验中的情绪价值

情绪价值讲的是，顾客在接触企业组织和业务代表时的感觉或是所期待的感觉。这种感觉造成顾客想要再度光临或是一去不回的念头。情绪价值是一种概念，这种概念说到底，就是能否留住顾客。大部分顾客走进一家店面，无论有没有买东西，都会立即知道在情绪上受到的影响，而且那种感受一直会持续到离开之后，即使不很精确，但也大体能反映情绪上的感觉。为配合顾客越来越细腻的情绪，销售人员必须强化其所能提供的情绪环境，以维持竞争的优势。

##### 3. 情绪告诉我们顾客的内心世界

顾客体验犹如一则则的故事，由各式剧情带出不同的经历。顾客光顾商店都各有其独特的体验，他们会记住一些事，虽然时常是下意识的，但这些事会影响他们的现实体验。顾客产生情绪，是因为对他们而言，有重要的事情发生了。如果某项服务交易对顾客没有价值，顾客便不会产生情绪。

（1）情绪告诉我们，顾客如何评价服务人员的表现。两个人讨论有关交易，就是一种社会的互动。由于许多情绪都很短暂，社会互动的情绪可以很快地转变方向。从情绪的线索可以迅速看出，顾客及服务人员是否都有正面的感受。服务人员态度粗鲁、漠不关心、吝于协助，或

是态度友善、表现关心而乐于协助顾客，这些态度都和顾客有很大关系，且顾客通常也会报以相同的态度。

(2) 情绪告诉我们，顾客可能会如何行动。如果顾客生气，就表示他们感觉在某种程度上受到威胁，而且准备攻击。如果顾客害怕，他们可能被迫逃离或永远不再回头。如果顾客感到高兴、快乐，他们可能会留久一点，而且会再度光临以感受更多的乐趣。

(三) 销售工作是一种情绪接触

在销售过程中，工作的意思就是“去取得”，情绪的意思则是“去感动”。销售工作不是一种中立的行为，而是一种充满正反两种情绪的行为。

1. 销售工作就是情绪沟通过程

(1) 销售人员与顾客以情绪来沟通。

从顾客的观点来看，他们正在花时间和金钱选购，很难不让他们就现况表达情绪（无论是正面还是负面）。时间和金钱几乎必然会引发情绪，而且经常是很强烈的情绪。销售人员也许认为，顾客的情绪妨碍他们解决问题。若从顾客的角度来看，情绪正是整体沟通的一部分。

(2) 情绪是让顾客决定购买的良好基础。

一旦事件朝正面发展时，顾客其实会要求加强或继续他们的感觉；但情绪若朝负面发展，顾客便很可能会要求改变现状。顾客的情绪反应跟他们是否会重新上门，以及在重返时是否心情愉悦有很大的关系。

2. 积极的情绪促进销售

如果我们了解自己和别人的正面情绪，至少将有助于产生更多的正面情绪和文明行为。即使普通常识也告诉我们，令人愉快的行为比较可能产生友谊，而不礼貌、令人不愉快的行为较不可能产生友谊。

(四) 高情商是拿订单的关键

很多销售业绩高的人都能在以下两个重要技巧上求得平衡：

(1) 情商，或者说，能够理解并解释客户感受的能力；

(2) 成功驱动力，或者说，得到结果并享受努力后的成就的欲望。

成功的销售人员总是能平衡这两个方面。如果不能平衡的话，就可能会出现下面的问题：

(1) 高情商，低驱动力—没有追求结果的直觉，很可能造成过多的社交；

(2) 高情商，高驱动力—理想水平，可以保持持续的高销售业绩和客户关系；

(3) 低情商，低驱动力—会导致销售失败；

(4) 低情商，高驱动力—会忽略客户，破坏客户关系，造成压力。

情商练习：情商技巧判断练习

读下面三个不同的描述，分析其中的人物所缺少的情商技巧。

(1) 她是一个直率的、古板的和坚决的人。她喜欢按自己的方式行事。她经常冷漠无情地践踏他人的情感。最初，她只是一名普通的律师，但是通过大权独揽的精明作风，经过艰苦拼搏，终于达到了事业的顶峰。在处理复杂的法律问题时，她能够直接抓住问题的核心，立刻对事态做出概括和总结。无论是在法庭上、在会议室里还是在接待顾客时，她都会通过紧紧抓住事实以及对案例做出强有力辩驳的能力，来主宰整个讨论过程。她雄辩的口才，汇集整理事实并做出分析和推理的能力，得到大家的公认。然而，她几乎没有同盟者，倒是树了不少敌人。她的员工几乎没有谁能与她保持亲密的关系，也没有人敢和她争辩，更不用说顶嘴了。在她的身后留下的是长长的一串破裂的人际关系记录，她生活在孤独的阴影中。

(2) 他在一家公司已经工作了很多年，对公司财务的方方面面—从公司季度利润数字到办公费用成本—都十分了解。只要他随意地浏览一下报表，就能够对公司的现金流动做出预测和分析，或者发现错误的统计数字。在会议上，他总是像“报出身体重量的计重器”那样，用机械单调的语调说话。他极端厌恶风险和冒险行为。他从来都不会对公司的前景感到兴奋。他生活在自己的工作中，对工作以外的事情没有任何兴趣。只有在极少数的情况下，他才会罕见地谈到他的个人生活。他给人留下的印象是：他是一个只知道工作、沉闷无趣的人。

(3) 他是社交活动中的生命力和灵魂。他充满情趣，很受人们的欢迎，大多数人认为他绝对是一个魅力四射的人。他在顾客关系部工作，他与公司所有重要的顾客都保持着良好的友谊关系。事实上，他们中的许多人，当被通知参加会议的时候，都会点名要求他也参加。因此他经常匆忙地穿梭于商业午餐、集体酒会和正式的晚宴中。他有一肚子关于其他员工和公司的奇闻轶事。他最喜欢的事情莫过于下班以后，在酒吧里有一大群人围着他，他们全神贯注地听他侃侃而谈，唯恐漏掉一个字。他很少在一个工作岗位待上较长一段时间，尽管他很受同事的欢迎，但他却是一个拙劣的决策者。曾经有一次，他谈判的一笔商业交易使他的公司损失惨重，全部的原因就在于：他不具备对他喜欢的顾客说“不”的硬心肠。他极少停下来对自己正在处理的事情进行思考，不会为了解决某个问题而集思广益。他总是关起门来，按照自己的思路分析数字，整理自己的想法，然后做出决定。

答案：

(1) 她是一个拥有语言智力但是缺乏人际交往（人际方面）技能的典型。

(2) 他是一个拥有逻辑智力但是缺乏个人内心智力（个人方面）的典型。

(3) 这是一个拥有人际交往智力但是缺乏远见，不懂得运用力量明智地控制、调整自己的情绪（控制方面）的典型。

情商技巧：提高情商的 10 个简单方法

(1) 接纳你的情绪。与你的情绪状态一起投入到工作中，而不是沉浸在情绪状态中无法自拔。

(2) 积极地看待自己的情绪。

(3) 恰当地表达你的情绪。

(4) 提高情绪的自我调控能力。

(5) 准确地判断自己和他人的感情。

(6) 开发移情能力。通过思考他人的想法、想象他人的感觉，来把握他人意欲行动的方向。

(7) 提高运用感情推动思维的能力。

(8) 提高应对各种人物的交际能力。

(9) 改善时间和压力的管理。

(10) 提高沟通能力，利用感情影响他人。

## 训练专题 2 了解自己的感情密码

二、认识自己在销售方面的优势

对销售人员来讲，发现自身优势比找出自己的缺点更重要。

优势，即使我们在生活的各方面表现良好的能力，来源于某种贯穿始终的思维、感觉和行为模式。这些模式是自发产生的，是随着人的年龄增长和知识增加而产生的，它们构成了人的独特性格。鉴于这些模式与每个人浑然一体，就像呼吸一样与生俱来，人们往往对它们熟视无睹。善于待人接物的人并不认为他们的能力有什么特别。善解人意的人想当然地认为，其他人像他们一样能够自然而然地体会别人的情感。由于人们面对各种情形，会不假思索地运用自身才干，所以人们往往会忽视它们，忘掉它们是多么重要和宝贵。

由于人天生就有自欺欺人的倾向，导致人对自身能力往往做出不实的判断。在各种“优势”里面，人们往往列举自己希望拥有、而不是实际具备的优势。一些人可能认为自己人缘好，因为他希望如此。同样，人们可能把各种优势划为己有，因为他们确信，自己所从事的工作或所处的环境注定具有这些优势。如果他们认为成功的销售代表或锋芒毕露，或争强好胜，或严于律己，他们就可能认定自己一定也有这些优势，因为他们干销售也很成功。

人们对自身优势拿不准的第三个原因是无法用准确的语言来描述它们。一名销售代表这样说，他的头号优势是善于“嗅出生意”。他断言，他能在 1 公里外嗅出一笔好生意，他能嗅出什么时候该成交，而且他能嗅出竞争对手心中的恐惧。嗅出生意不啻为一个生动的比喻，但无助

于人们了解如何成长和发展。事实上，除非人们知道自身优势究竟是什么，并用准确的词汇来界定它们，否则是无法增强这些优势的。

阻碍人了解自身优势的第四个原因是，大多数人从小就被告诫，要关注自身弱点，而不是强化自身才干，继而建立优势。每当人们问及优势与弱点的关系时，都会发现，多数人认为进步源于克服缺点，而不是增强优点。根据这一逻辑，显著改进销售业绩的关键在于识别和纠正弱点。许多公司对这一推理心领神会，坚持在绩效评估中关注“改进区域”，而“改进区域”不过是“你的毛病”的代名词。大部分人想必都有这样的经历：参加过年度评估后，满脑子装的都是有待改进的缺点，而不是如何更好地发挥特长。下工夫纠正弱点对于改进业绩固然不无助益，但是，我们的观点与传统智慧相反，认为唯有发挥优势才能更使人进步。识别你的才干，透彻理解它们，把它们发展成优势，设法每天都发挥你的优势，这才是出类拔萃的秘诀，并且是万无一失的成功之路。

自我评估：自我认知的评估

#### （一）测试题

回答以下每一项，填写“是”或“否”，如果你对某项不能确定（感到有些疑惑），可在前面打上问号（？）。

- （1）我不仅十分了解我的优势，而且十分了解我的劣势。（）
- （2）在他人面前，我愿意承认自己的不足。（）
- （3）我清楚自己的感情和情感。（）
- （4）我愿意向他人表达自己的感情和情感。（）
- （5）我知道自己所说的和所做的将会对其他人产生什么影响。（）
- （6）在看待事物时，我既看到它们现在是怎么样的，也看到它们应该是怎么样的。（）
- （7）我寻求学习和成长的新方法。（）
- （8）我以新的、不同的方式来感知自己或理解我周围的世界。（）
- （9）我寻求新的、不同的方式来表达我自己，做我想做的事情。（）
- （10）当环境要求我改变时，我会形成自己的新观点和做事的新方法。（）

#### （二）计分规则

答案为“是”的计1分，答案为“否”或“？”计0分。你的得分为：

#### （三）自我认知评价

9~10分：如果你以上问题的答案都为“是”，那你要么是一个十分杰出的人，要么你可能是在自欺欺人。

5~8分：你是一个理所当然的情感的自我认知自明者，而且愿意明确你需要改进的方面。

0~4分：除非你真的不知道自己是谁或自己属于怎样一种人，否则这个结果认为你是过于谦逊。你需要咨询老师或其他顾问人员，与你一起讨论这一结果，并确定提高你情感的自我认知能力的一些目标。

## 训练专题3 自我肯定

对于销售人员来说，自我肯定对于销售事业的成功有着至关重要的作用。积极的心态可以使你力求上进，良好的自我形象可以改变客户对你的看法。优秀的销售人员往往能够肯定积极的自我。他们能够面对顾客的拒绝不退却，面对失败不气馁。他们都将路障和失败看作是暂时的，他们有更宽广的胸怀，更顽强的毅力，所以他们更容易走向成功。他们总是能发现事物中积极的一面，并以此激励自己。

#### 一、保持积极的态度

悲观消极只能使事业失败，只有乐观向上才能斗志倍增。销售人员也是一样，要想取得事业的成功，必须“天天有个好心情”。

作为一名销售人员，对于每一个你所遇见的人以及每一件你所做过的事，你都应该表现出一种积极的态度。你应该时常以一种积极的方式进行自我对话，每天对你自己讲些令人鼓舞的事情，这就叫积极的“心灵对话”，或者叫“自我肯定”。如经常对自己说说下面的话。

- (1) “我真了不起。”
- (2) “我是一个富有爱心和乐于助人的人。”
- (3) “我很健康。”
- (4) “我向客户提供的是有价值的服务。”
- (5) “我乐于帮助人们实现他们的目标。”

注意，自我肯定都是以第一人称的形式，即都以“我”的形式开头。它们也以现在时的形式出现，表现出一种积极的属性、特征或成就。

你还必须懂得，你自己，也只有你自己，才能对与你的作为、行动相伴的结果与后果负责。对你的结果负责有助于你保持一种积极的态度，即使你并未得到你起初想要的结果，你的态度仍然会如此。

你必须对职业生涯和个人生活中的幸运抱以正确的态度。“幸运”意味着“在正确知识的指导下生活”。如果在技能与知识方面你早有准备，那么，当机会出现时，你便可以采取正确的行动从而取得你想要的结果。积极的态度常有助于你大胆开拓和寻求好运。

## 二、给自己力量和信心

### (一) 一个连自己都不喜欢自己的人也不会被别人喜欢

如果销售人员总是很少关注自己，总是不停地抱怨自己，那他就不可能得到客户的青睐，客户也不会接受这样一个没有激情的销售人员。

因此，我们可以从中得到以下几条金科玉律：

- (1) 只要我很好—那么客户就好；
- (2) 只要我很好—那么市场、需求和产品订单就会没有问题；
- (3) 只要我很好—那么产品、服务和价格就很好；
- (4) 只要我很好—那么企业就很好；
- (5) 只要我很好—那么我的结论就不会有问题；
- (6) 只要我很好—那么客户资源就能得到很好地利用。

### (二) 来自自身内在的销售动力

虔诚的基督教教徒可以通过祷告获得内心的力量，佛教教徒可以通过长时间不停地念佛经祈求心灵的解脱，并从中获得内心的力量。一个正面的、积极的生活观应该是一为成功“祈祷”：

- (1) 我喜爱自己的肌肤和秀发；
- (2) 我喜爱自己的光泽；
- (3) 我喜爱自己的小腹（或许上面布满多余的脂肪皱折）；
- (4) 我喜爱自己的平脚；
- (5) 我喜爱自己的满口歪牙；
- (6) 我喜爱自己 50 岁的年龄（或 60 岁，或 70 岁）；
- (7) 我喜爱自己是个男人（或女人）；
- (8) 我喜爱自己是位父亲（或母亲）；
- (9) 我喜爱自己是个销售员；
- (10) 处于任何环境中我都喜爱自己；
- (11) 我喜爱今天的自己；
- (12) 我喜爱自己的优势；
- (13) 我喜爱自己的弱点；
- (14) 我为自己，为自己的时光，为自己的生活而感到开心；
- (15) 我喜欢人类，喜欢我的伙伴（或者是客户），因为我取得了成功。

人最强大的力量来自他的自身、他的个人信念和认知。因此，我们要做个小功课：表达自己的成功信念，用词语来总结你的优势，把源于你自身的信念不断地灌输到你自己身上。

### （三）自我价值可以创造出其他的价值

销售人员应该正积极地看待自己，清楚地认识到自己的短处和弱点，主动地去面对自我，有意识地去克服缺点和不足。这种内心的平衡带来的结果就是，销售人员不再抱怨别人的成本比自己低。

#### 1. 生气只会消磨力量

生气是不能改变这个世界的，相反，生气会抹杀掉许多积极因素和机会：谁要是站在自己的对立面跟自己过不去，谁要是充满阴郁跟自己、跟整个世界斗气，那么他透过自己戴的有色眼镜看到的整个世界都将是灰蒙蒙的，毫无生气。他所做的事会同样消极地影响着周围的世界。

（1）闷闷不乐的面部表情只会让别人也闷闷不乐。

（2）看上去毫无兴致的表情也同样打消了别人的兴致。

（3）糟糕的心情会像流行性感病毒一样传染给别人。

（4）消极的等待只能证明自己的无能。

生气改变不了任何东西，也带来不了任何东西，仅仅是对他人责任的“赎罪”。

不要自寻烦恼，不要给自己背上包袱，不要毒害自己，记住这样一条原则：任何处境都可以积极地看待！

诗坛巨匠歌德是这样举例表达他积极的世界观的：“下雨了，是老天施恩，让它下吧！”

#### 2. 保持力量—勇敢启航

路可以这样走：

（1）经受考验，尽最大的力量去努力，去争取；

（2）充满激情，勇敢地创新。

下定决心并行动起来才能取得成功，不要抱怨糟糕的运气或命运，昨天已经过去，已不重要！不要胆怯，不要犹豫，行动起来！“实践胜于学习”，如果有人还在犹豫不决、思前想后的话，大家要提醒他。

要是处境、形势真的无法改变又真的无法接受的话，那就勇敢地起航，开辟新的道路。不要闷闷不乐，勇敢地去尝试新的事物。

（1）成功来自于自信，世界喜欢富有自信的人。

（2）成功带来欢乐，欢乐是生活的乐趣。

（3）谁喜爱自己和自信，谁就能赢得生活的乐趣。

（4）善待你自己，善待你周围的每一个人。

因此，新的起航需要积极的态度和付出全部的努力。

## 训练专题 4 自信果敢

### 三、建立自信

保持信心是销售成功的关键，但始终保持这种状态绝非易事。培养积极的自我肯定的能力不仅可以提升自我形象，而且有助于事业的成功。肯定这一强有力的工具，可以帮助人树立自信、重组思路以取得更好的结果。

销售人员可以设计一些能取代自卑、疑惑和自我价值缺失的语句，设计方式很简单，只要记住以下三条原则。

（1）必须肯定个人。从“我”开始肯定，例如，“我是一名成功的销售员”。

（2）用现在时表达肯定。不要说“我想戒烟”，而要说“我喜欢不吸烟者的生活方式”。

（3）肯定必须是积极的。避免使用否定词，例如，表达“我不想变得更胖”时应该说，“穿上这身新套装，我看起来很棒”。



肯定的另一个重点是必须每天多次大声地重复，必须让所重复的信息深入到人的潜意识，并让这个信息代替脑子里的其他想法。最有效的做法就是重复，重复肯定的次数越多，潜意识发挥的作用就越大，就越有可能变为现实。

销售人员同样可以利用肯定来建立销售自信。以下列出了几种不同的肯定表达方式。

- (1) “我喜欢帮助人们做出购买决策。”
- (2) “我在电话销售中表现得自信和得体。”
- (3) “我乐于销售。”
- (4) “销售是一种收入颇丰的职业。”
- (5) “我是一名成功的推销员。”
- (6) “销售是一个光荣的职业。”

每天多次大声地重复这些语句，你很快就会发现自已行为的变化。

#### 四、自信地应对客户

##### (一) 站着被接待

销售人员去拜访客户，却站着被接待，这对销售人员来说似乎有失身份。

但这是比较正常的现象。人们在接待不受欢迎的访客时，常用的策略是让对方站着，不给对方提供座椅。客户知道，一旦让销售人员坐下，就会耗费自己很长的时间。

有哪些简洁有效的方法可以使自己不会站着被接待呢？

##### (1) 可能的话：避免没有预约的登门拜访。

没有事先预约的登门拜访是对自己和对客户的不尊重。在没有事先预约的情况下拜访，越是有社会地位的人，他的态度越是冷淡。

当然，确实是没有预约就登门拜访的，销售人员应该讲究一下应对的策略。

##### (2) 不要把名片递给接待人员。

接待人员会给我们期望访谈的客户打电话，而客户会让接待人员传话，说他没有时间。这个时候我们应该递上一本早已准备好的产品说明书。

##### (3) 请求门房允许你跟客户说几句话。

现在，你可以明白无误地介绍自己，并通过几句简短的话来唤起对方的兴趣：“尊敬的客户，我是×××，是××公司的一名职员。我来这里拜访您是有特殊原因的！”接下来就要依靠你的销售技术了，看看你能否在这么短的时间内打动对方。如果对方仍不肯出来接待你的话，可以跟他再约个见面时间。

##### (二) 客户训练有素的抵抗

每个人都是不一样的，因此不可避免地会遇到这样的客户，他们总是故意地、有目的地在客户关系中设置障碍，希望能够把销售人员给吓住。客户设置这样的关系障碍只有一个目的：打碎销售人员内在的信念，夺走销售人员在销售中与客户联系的快乐，最终使销售人员在产品销售中做出让步。

客户通过这种方法，使销售人员的计划从一开始就落空。下面是这种方法的具体例子。

##### (1) 故意让销售人员坐在不舒服的椅子上焦急地等上很长一段时间。

##### (2) 故意给销售人员制造时间上的压力。

(3) 通过接听“重要的电话”或者是回复同事的“紧急”询问，不断打断销售人员的谈话。

(4) 采用贬低、侮辱销售人员的欢迎词或开场白：“哈哈，您又……”或者“您怎么从来就不……？”

##### (5) 在谈话开始时采用贬低、讽刺销售人员的表达方式。

##### (6) 在谈话一开始就摆出消极抵抗的姿态：“反正您提供的产品太贵了。”

在这样的情景下，一旦销售人员以一个乞求者的角色登场，他的内心就会产生恐惧，担心这次联系客户的努力会以失败而告终。面对这样的销售人员，客户运用起他的策略来会显得更加得心应手。客户可以牵着销售人员的鼻子走，随心所欲地“叱责”销售人员提供的条件和价格。

当然，这种情况只会发生在那些内心丧失了信念的销售人员身上，他们对自己、对产品、对产品的性能、对产品价格的合理性完全丧失了信心。

对付客户这些策略和伎俩的灵丹妙药就是销售人员牢固的自信心和他内心坚定的信念。客户的策略和伎俩对自信的、信念坚定的销售人员起不到任何作用。丰富的实践经验告诉我们：客户一旦发现自己的策略失效、演不出什么戏了，就会放弃抵抗，开始真诚地面对销售人员。

总之，销售人员应该训练有素，能够坚定地、不露声色地越过客户设置的各种策略性障碍，并且不把这些障碍放在心上。请记住，在任何情况下都不可以把客户当作“失败的阴谋家”，揭露他们的企图。虽然这样做可能会成为销售人员手中的一张王牌，但也很有可能使销售人员再也无法从这个客户手中拿到产品的订单。

## 训练专题 5 独立自主

### 四、养成主动思考的好习惯

销售人员必须要养成主动思考的好习惯。所谓主动思考，就是要积极主动地运用自己的头脑，并能够具有思想的主动性与创造性，而不盲目听从别人。当然，我们所说的主动思考、不盲目听从别人，并不意味着让销售人员在日常生活与工作过程中不虚心地听取他人意见，一味固执地坚持己见或不懂得吸取他人的经验与教训。我们所说的主动思考是让销售人员形成自身思想的独立性，对自己的思考能力感到自信，不轻易因为他人的意见而任意更改；一旦发现他人的意见正确时，销售人员应及时予以吸收。

### 五、对于正确的想法一定要保持自信

保持信心是销售成功的关键，但始终保持这种状态绝非易事。培养积极的自我肯定的能力不仅可以提升自我形象，而且有助于事业的成功。肯定这一强有力的工具，可以帮助人树立自信、重组思路以取得更好的结果。

经常根据别人的意见去改变自身想法和行动的人，其实是对自己的想法和做法感到不自信。我们若想使自己变得更加自信，就要首先学会对自己正确的想法和做法保持充足的自信。要想做到这一点，销售人员需要在平时认真思考，而且在形成某一想法之前要认真论证，而在确定了正确的想法之后，就要勇敢地坚持下来。

### 六、培养独立自主的力量

在目标实现之前，我们必须培养一些个人力量，实现公司或组织的目标时也同样如此。培养力量是我们要付出的一部分代价。

#### （一）态度

态度是我们的思考方式，是我们关于自己、他人、情况或状态的思考。这是一种思维形式、一种信念体系、一种观念。我们常常把态度形容成积极的或消极的，但实际上态度远比这种形容复杂。它们是我们的教育、经历、文化和遗传，以及从别人那里接受的培训、指导和示范。

#### （二）习惯

习惯是一种自动反应，完成时我们完全是无意识的，只凭直觉而不经思考。我们都是习惯的产物，从早上刷牙、梳头和穿鞋的方法，到工作的方式，无一不渗透着习惯。好习惯可以带来好结果，坏习惯则会造成坏影响。一旦养成某种习惯，我们的自动机制就会接管过来，使我们在不同场合都会无意识地按照习惯做事。

#### （三）技巧

技巧是培养出来的能力，如阅读、写作和算术，以及打高尔夫、绘画、缝衬衣纽扣、漂流、做激光外科手术清除白内障、骑自行车等都是技巧。为了独立自主，人们需要培养自己的技巧。

#### （四）专业知识

为了独立自主，你必须培养的第四种力量是专业知识。随着社会技术的进步和复杂化，专业知识也变得越来越重要。比如，你如今的专业知识肯定比你 10 年前的要多得多。你必须更熟知客户的业务，必须懂得更多的技术，这样你才能在市场竞争中赢得效益，才能把工作做好。

许多目标的实现对专业技术的要求很高。你的目标呢？你拥有什么样的专业知识可以使你的销售目标得以实现？把这些东西写下来会对你更有帮助。这样，如果真正想实现自己的目标，你就会找到一种办法去充实自己所需要的专业知识。

自我评估：独立自主能力评估

(一) 测试题

每道题目陈述一个日常工作或生活中的一种情形，读者可根据自己的实际表现用“1”，“2”或“3”来回答，其中“3”表示“是”（或者比较接近），“2”表示“不确定”，“1”表示“否”（或者相差较远）。

- (1) 当我遇到非常难做的工作时，我会努力管住自己排除万难把工作完成。( )
- (2) 我知道赌钱违法，当和朋友玩牌时，朋友们要求押上钱玩，我会坚持原则，只打牌不玩钱。( )
- (3) 一个欺负过我的人突然有事求我，我会毫不犹豫地帮他，不会表现出不高兴。( )
- (4) 我正急匆匆赶赴一个约会时，接到朋友的电话，我会耐心地听朋友说完，而不让朋友觉察我的忙碌。( )
- (5) 我连续几天加班已经筋疲力尽，回到家妻子却嫌我不干家务，我会耐心地跟她解释。( )
- (6) 我去参加一个宴会，宴会结束还必须再开着车回家，我会坚持不喝酒。( )
- (7) 有人打扰我时，我一般会忍耐，不会露出不高兴的表情。( )
- (8) 我开车经过十字路口，因为没有警察，别的车都闯红灯过去了，我也不会闯红灯过去。( )
- (9) 我会在每天下班前坚持把办公桌收拾整齐，把电脑中的资料归类存放。( )
- (10) 我买东西时售货员多找了我几十元钱，我会主动退给人家，并说：“你找错了。”( )
- (11) 我从不乱吃药，除非有医生的嘱咐。( )
- (12) 办公室内禁止抽烟，而我的同事却在吸烟，我是比较讨厌烟味的，我会婉转提醒让他到外面去抽。( )
- (13) 我即使怀疑别人对我说的话是否真实，也不会言语中表现出这种不信任。( )
- (14) 我的朋友直率地说出我的缺点，我也意识到了自己的这个缺点，我会坦率地说：“我也意识到了，我会努力改正的。”( )
- (15) 到饭店吃饭，但菜中盐加多了，我会立刻找服务员，婉转解决此事。( )
- (16) 我的同事都在议论上司如何如何不好，我从不参与其中添油加醋。( )
- (17) 在工作和学习中我从不经常走神，耽搁学习和工作。( )
- (18) 上班时，别的同事经常迟到，而我从不受他们的影响每天按时上班。( )
- (19) 我会为完成某项任务制定计划，并每天按照计划完成当天的任务。( )
- (20) 我刚买了一个手机，正爱不释手，一个朋友突然说借手机玩几天，我会忍痛借给他，但表面上没有任何不愿意的表现。( )

(二) 计分规则

将所有数字加起来，就是你本测验的得分。

(三) 评估结果分析

48~60分：你是一个比较有自制力人。你能够掌握是与非，有很强的独立自主能力。你遵纪守法，干什么都有一定的尺度，能够很好地控制自己的行为，对做什么，怎么做，心中有数。你有自己的原则，不感情用事。

36~47分：你有较强的独立自主能力。一般情况下，做事有自己的原则，处理问题能够比较理智。多数情况下能够控制自己的行为，什么该做，什么不该做心中有数。

24~35 分：你的独立自主能力较差，动不动就暴跳如雷，甚至粗鲁地骂人，表面看来你颇有权威，其实得不到他人对你的尊重，其结果是使人们憎恶你或者害怕你。

23 分以下：你的独立自主能力很差，一般不能控制自己的行为，常常因一点小事闹得不可开交，全然不顾对自己以后的影响。

## 训练专题 6 自我实现

自我实现是指一个人有计划地优化自己的绩效以及长期与短期相结合发展自我的能力。这种素质所要解决的问题是：如何富有效率地致力于持续地学习与发展，以持续提高你个人的能力和绩效。销售就是要跟各式各样的人打交道，同时，也就面临着各式各样的环境。因此可以说，每一次销售活动中销售人员都面临着巨大的挑战。

### 一、保持工作激情

激情是成功销售的关键组成部分。许多销售新手的业绩超过他们经验丰富的同事，尽管他们对于产品或服务的专业知识并不熟悉。这通常归功于他们所具备的激情和活力。

令人遗憾的是，大多数人对于自己的职业缺乏激情。他们每天花 8~10 个小时来工作，做一些自己并不真正感兴趣的事情。对自己的职业越充满热情，你成功的机会就越大。原因其实很简单。当你热爱自己的职业时，你在工作中投入的精力就会多。如果你热爱自己销售的产品或服务，在每一次谈话中就会流露出自己的热情。

如果对自己销售的特定产品或服务并非真正喜爱，你就应该认真考虑一下是否需要做出改变。继续从事自己无法热爱的职业，这不会为你自己、你的公司或客户带来什么好处。

对许多人来说，问题在于难以找到这种激情。你可以先在个人兴趣范围内寻找。只要开始采取行动，你就会有在潜意识里关注与自己兴趣有关的一切。你甚至会注意到以前忽视的事情，谈话也会围绕着这个话题来展开。

找到激情的另外一个方法就是考虑自己喜欢做哪些事情。在确定自己真正的爱好之前，可以问自己几个问题。

第一，如果确定不会失败，你会做什么？

第二，如果必须付出一生来做一件事，你会做什么？

请从商业的角度来考虑这些问题，而不是从社会角度。换言之，就是不要出现以下类似答案，“我喜欢整天看电视”或者“我喜欢整天和朋友待在一起”。

### 二、用自我实现激励自己

“自我实现”是一种“精神”，我们应该带着这种精神去做事，去和朋友打交道，去销售。自我实现不会自己泉涌而至，需要我们去创造。在自我实现的创造过程中对事物、对销售的良好愿望也是必不可少的。

一个母亲对她新生婴儿的自我实现感要比一个父亲强烈得多，她要为孩子的出生努力、兴奋地准备 10 个月，她喜欢和腹中未出生的孩子说话。而父亲的自我实现感总是来得晚一些，只有等到为新生儿忙碌，抚养婴儿，被叫爸爸或者是把小孩扛在肩上时他才会感觉得到。

这个道理也同样适用于销售。销售人员只有积极地从事自己的工作、积极地对待产品、积极地处理客户关系，才能得到自我实现。

#### （一）目标激励

你知道你的未来在哪儿吗？你知道你的未来是怎样的吗？如果不知道，就花点时间去想想，因为这能够帮你做出业务上的决定。

销售人员应制订切合自己实际的目标进行自我激励。制订的目标要有一定的挑战性，但也不能脱离实际。制订目标的初始阶段，不妨把要求定得稍低一点，以增强取胜的信心，然后努力实现每一个小目标。

作为一名职业销售人员，你应该拥有一个非常明确的目标构想，你想要完成什么、谁是你的客户、你应该怎样开展业务以及你应该怎样对待你的客户。

构想不应该是那种篇幅冗长、乏味无力、自我感觉良好的演讲，而应该是能清晰地展示出你自己、你的业务以及你希望完成的事情。事实上，构想越短越好。一条简洁的 8~9 个字的陈述就能明确地表述你和你的业务，而且，它能帮助你持续不断地把精力集中在上面。

下面是一些能帮助你提出构想的例子：

- (1) “成为国内第一大零售业培训公司”；
- (2) “成为省内最著名的家具设计公司”；
- (3) “提供业内质量最好的配件”；
- (4) “被认可为国内龙头配件供应商”。

(二) 以自我为榜样进行激励

那些销售业绩突出、销售手段多样的优秀人员是我们学习的榜样。只要我们仔细地观察，就会发现他们的可取之处，为我们注入神奇的力量。但我们更应该以自我为榜样，那些成功销售的经历，那些优于他人的长处也是自己的榜样。多想想自己那些能够引以为荣的经历，更容易提高自信心。

(三) 选择名人名言激励自己

古往今来，凡是在事业上卓有建树的人，都善于用古今中外的名言警句来激励并鞭策自己，而这些名言警句，大都富有哲理、蕴涵智慧、发人深省、给人启迪。有时一句良言铭刻在心，终身受益。

(四) 憧憬未来

憧憬未来是运用精神上的想象与演练去幻想你在销售过程中获得成功。在你的内心深处，你并不知道现实事件与想象事件的区别，这样，当你对某种行动进行精神上的演练时，你的神经性肌肉组织系统就已经了解了需要作出的行动，好像你正在做这个动作一样。这样，当你鼓足干劲并在生理上完成这一动作时，你的内心与身体都说道：“是的，就这么做！”其结果经常会达到顶峰状态，因为你已经为那个幻想成为现实作了一切可能的准备。

下一次，你会发现自己正白日做梦，暗自庆幸。你用一种想象中的力量去完成某些事情。你可以训练自己更好地、更频繁地去憧憬未来。精神赢家总是运用憧憬成功来为未来的行为进行准备与设计，它被用来强化未来的行动，但也用来消除对陋习与不幸的回忆。憧憬与放松相结合，可以对实现你的目标产生一种非常强大的力量。

## 训练专题 7 移情作用

三、在销售中培养移情能力

移情是一种很管用的顾客体验工具，就像饭店员工或出租车司机主动帮客人提行李一样。以下列举三项可以把这种效应发挥到最高程度的策略。

(一) 创造有利宽厚移情的环境

鼓励顾客创造宽厚移情精神的一个方式是，采用印度圣雄甘地对顾客这个概念的看法。据说，甘地 100 多年前在南非担任执业律师期间积累了许多人生智慧，其中包括可以应用在顾客身上的智慧结晶。这是我们已知关于顾客角色的最经典的说法：

“顾客是我们最重要的访客。顾客并不依赖我们，相反的，我们却要依赖他们。他们不会对我们的工作造成干扰；他们是我们工作的目的。他们不是我们工作过程的外人，而是参与其中的一分子。我们不会因为对顾客提供服务而对他们有恩；相反的，他们因为让我们有机会为他们提供服务，而对我们有恩。”

(1) 追求这个目标需要锲而不舍的努力，却不必大幅调整结构。

在现实环境中，锲而不舍意味着时时注意小节，且不轻易放过构成整体服务内容的寻常因素。这包括回答电话的方式、能否正确书写顾客姓名、表达谢意的热诚，以及与顾客服务有关“毫不松懈的持续责任”的言行举止。

(2) 宽厚的精神可以对每个人每日的工作有所裨益。

如能在顾客等候服务时，帮助他们保持精神上的活力，必能无形中大幅减轻他们的焦虑，效果也最显著。此外，利用音乐、电视、环境的设计等，也可以在无形中让时间过得好像快一些，从而改变顾客的心情，并使等候的时间变得比较不那么令人沮丧。最后，如果顾客认为他们并未等候太久的话，也会让他们记住服务过程中一些比较积极的成分。

## （二）通过更完善的倾听传授移情

移情有两个层次，一是感觉的部分（意识到别人的感觉），一是思考的部分（理解别人的感觉）。在移情的认知（感觉）部分，倾听扮演非常重要的角色，以留住顾客为目的而言尤其如此。

倾听的技巧是可以传授的，许多现代电子化系统可以让倾听变得更轻松快捷。例如，安邦快递公司就备有一套名为“顾客第一”的自动化电话系统。这个系统和自动化拨接系统联机，顾客只要按一下电话的按键，就可以告知他们需要什么样的服务。等到顾客和业务员连上线，业务员就会知道对方需要什么，而且可以在计算机屏幕上掌握顾客的一切相关资料，这一切费时不到两秒钟。事实上我们可以说，计算机负责代替业务员执行“听”的部分，如此一来，业务员就可以更从容地处理对顾客而言更加重要的信息，而不是一味复诵对方的姓名、地址、电话号码和身份证号码。

## （三）亲密理论的5个C

5个C分别是：沟通（communication）、关心（concern）、承诺（commitment）、安慰（comfort）和解决冲突（control）。这5个要领都需要主动询问和倾听的技巧配合。

（1）沟通。沟通涉及主动询问和正确重复背景资料的能力，也包括某种程度的自我呈现。有人认为倾听只是不打断，但倾听的真正含义不只如此。询问和避免匆忙下结论是提升沟通效果的要诀。完整询问可以有效减轻焦虑，因为顾客知道，如能掌握完整信息，继续延宕或错误的情形就不太可能出现。有时候，沟通也会涉及静静地倾听或者非判断性同理，有时则又需配合自我呈现，例如当服务人员说“是的，我知道你的意思，我也有同样的体验”时。

（2）关心。关心意味着尊重他人是独立的个体，而不是根据你的意愿认定对方是什么样的人。简单说就是无论顾客的外表如何，都能出于至诚地喜欢并关心对方。询问可以透露彼此有哪些相似之处，进而增加好感。倾听也是一种涉及关心的陈述方式。

（3）承诺。承诺指的是担当可以为他人信赖以及创造“你我一体”感觉的责任。这句话的意思是，以适时的方式回到顾客和工作伙伴的身边，并询问一切问题是否已经妥善解决。另外，承诺也意味个人或企业组织愿意将它的顾客视为长期伙伴，并据此筹划彼此的关系。

（4）安慰。安慰指的是向他人伸出友谊之手，以创造竭尽所能提供实际帮助的感觉。完整询问可以创造个人或组织不试图逃避坏消息、可以妥当对待顾客并能提供各种答案的感觉和印象。另外，安慰也涉及服务人员可以很容易向顾客表达具有支持意味的言语。下面是一个典型的例子。

乔丽娜的一个儿子需要接受牙齿矫正。她想要找的牙医已经排满病人，因此她被安排去看另一位刚出道的牙医。当天晚上7点半，也就是在她首次拜访之后，这位牙医打电话给乔丽娜，表示希望知道她的儿子情况如何，以及他是否有哪里还痛。他向乔丽娜表示，由于他们在往后的两年里必须保持合作，他很希望可以对她的儿子多一些了解。乔丽娜对他表现出的关心留下深刻的印象，因此到了第二天，当乔丽娜的友人说他的儿子需要接受齿列矫正时，乔丽娜立刻向他推荐这位牙医。牙医在向病人表示安慰与关怀之意的24小时内，就轻易地争取到第二位病人。

（5）解决冲突。解决冲突涉及在关系架构中创造信任，使人们可以在冲突中继续如常工作。信任可以让顾客知道，他们的关系即使经过一段时间仍会受到重视，些许冲突也不可能造成关系的结束。要达到如此信任的前提是，销售人员得视实际情况掌握并解决随时可能演变成冲突的顾客问题。另外，只要顾客的问题不被认为无关宏旨，主动询问也能缓解敌意。愤怒和敌视几乎总会牵涉指责，询问则能协助顾客和销售人员把注意力转移到重点上面。

## 训练专题 8 人际关系

### 四、积极地应对客户

#### (一) 与客户真诚地交往

销售人员要想得到客户的真正支持，除了提供高质量的产品和服务以外，还必须真诚地与客户交往，想客户所想，急客户所急，帮助客户实现自己的理想和价值。

(1) 作为一名专业的销售人员，你挣钱盈利的能力与你是否可以有效地与客户沟通自己的价值观有着直接的关联。通常情况下，吸引别人的秘诀就是注意让你的本质和个性充分地展现出来。如果你只是敷衍地、模棱两可地、平淡地同客户交流，那么你的潜在和现有客户看到和收到的也就是一个虚伪的和不自真的你。如果你的谈吐是一种引人入胜的风格，并且对工作的解释表述清楚，它会成为一块强大的磁铁将周围的人吸到你的身边。你将创造一种可以让客户信任的环境，使客户相信你是在真诚地为他们服务。如果你与客户真诚地沟通，你会从沟通中受益。如果你只是简单地记忆其他人的精彩陈述，而那些内容并不是你真诚的表达，它只会影响信息的传递，给人不诚实的感觉。

(2) 作为销售人员，客户选择与你交往与合作，是因为你可以真诚地了解 and 欣赏他们的价值观和品质，并且真诚地对待他们，帮助他们享受生活和工作。你只有创造一个安全的环境来帮助他们塑造成功原则和模式，通过提供品质优良的产品，周到的服务，制订不断前进的计划，让他们获得真正的振奋和极大的愉悦。

(3) 作为销售人员，要想使你的客户选择你并与你交往、合作，你必须致力于成为客户所经历的私人生活和公务活动中清醒和信心的来源。这意味着你要创造一个让客户感到舒适的环境，来谈论他们面临的最大机遇与挑战。你要通过问一些问题来帮助客户清楚地知道如何建立他们自己与家庭和谐的计划。你只有尊重你的客户，真诚地为客户去设想，才能使客户选择与你交往与合作。

#### (二) 运用社交技巧真诚地理解客户

##### 1. 提出开放式的、间接的问题

人们购买产品或服务有多种原因，了解这些原因可以让我们了解人们购物时的不同动机。作为销售人员，你的工作就是尽可能地在与客户谈话过程中发现事实，确定对方的动机。提出恰当的问题可以帮你达到这个目的。

当你给出别人心理上的价值观时，对方通常也不得不做出同等程度的回应，我们将其称之为心理互惠原则，意思是说，当我们道破心理上的价值时，大多数人就会被迫做出同等程度的回应。这里的价值是指信任、尊敬，以及对人们的需求产生兴趣。这种在无意识层面进行的价值交换，促使人们愿意敞开心扉，接受我们的观点、方案或者选择。

##### 2. 没有偏见、转移话题或打岔的倾听

倾听对于很多销售人员来说是一门被遗忘了的艺术，它与以客户为主的销售是同义的，在以产品或交易为核心的销售中常常是不存在的。倾听的心理力量对你的销售业绩有着令人难以置信的影响。在心理学上的劝说过程中，倾听扮演着关键的角色，倾听往往比发言更能促进你的销售。

倾听的时候，一定要全神贯注。如果是面对面、两人间的交谈，要和对方有眼神交流，甚至即使是电话交流，也要想象自己正注视着对方的眼睛，这会给你一个关注点，使你的注意力更加集中。要时刻注意客户的反应——他们的手在干什么，他们的眼睛，姿势，以及他们的面部表情，所有这些都是在倾听时可以获得的交流信号。

##### 3. 理解什么和为什么

人们常常是言不由衷的。比如，客户常常会告诉你他们想要买的东西，但是很少告诉你他们购买的原因，两者有很大的差别。通常情况下，客户会出于某种原因而购买，而不单单是为物品而购买。

客户购买的原因才是真正促使他们做出购买决定的因素。专业的、以客户为中心的销售人员都知道这一点，他们总是试着去理解客户为什么要购买，而不只是他们想要买什么。

#### 4. 反馈你的理解，并确保客户感觉得到了理解

反馈是给人们积极回应的一种有效手段，能搭建情感的桥梁。它表明你重视客户的意见、信念以及明确的需求。你也可以转述客户的反对意见或担忧，复述并询问客户你的理解是否正确，让他们知道你理解了以及他们得到理解了。这表示你尊重他们的观点，并且没有忽略这些观点的意思。

### 五、应对麻烦的顾客

在客户满意度受到广泛重视的今天，顾客经常会提出各种各样的要求，因为他们知道自己手握大权。而对于那些与客户接触的员工个人而言，必须掌握相应的技巧，否则一直伪装自己的情绪会导致精神混乱，并感觉压力重重。销售人员和客户服务人员在所有员工中需要承载最繁重的情绪劳动，因为他们总是要为了取悦顾客而扮演一些内心不愿意扮演的角色。

#### （一）在面对愤怒而难缠的顾客时可以采纳的建议

##### 1. 承认顾客的观点

可以运用一些这样的语言：“我理解您的想法”、“我同意”或者“对不起”。比如，如果顾客说道：“你们银行在记账的时候少算了10000元，我要求你们即刻更正。”你可以这样回答：“我知道我们的错误给您带来了许多不便。我们会立即查实您所反映的问题，并及时解决。”

##### 2. 不要怪罪顾客

如果你一味强调顾客对问题负有责任，那么这样做只能更加激化矛盾。

##### 3. 说一些有用的话语来解除顾客的愤怒

比如，“我知道您碰到了问题”、“我同意问题必须得到解决”、“很抱歉您碰到了这样的问题”等。

#### （二）有效应对各种制造麻烦者的方法

##### 1. 运用必要的手段

通常惹恼你的顾客并不是故意想这么做。如果你运用恰当的手段，那么有时往往不需要直接和他们挑明问题就能解决问题。比如，如果吵闹的顾客聚集在你的门外，那么你可以通过关门给予他们一定的暗示。如果这些微妙的暗示不能奏效，那么你必须使用其他技巧以恰当的方式直接和他们把问题讲清楚。在这一过程中，提及对方的优点有利于消除他们的防备心理。比如，你可以说：“我知道你很有创造力，总会想出好点子。但是，我希望你能给我机会表达自己的观点。”

##### 2. 使用幽默

不带有敌意的幽默往往能够让那些制造麻烦的人意识到他们的行为如何影响了他人正常的工作，而且，幽默也可以帮助你避免和对方产生不必要的负面冲突。幽默必须针对对方不受欢迎的行为，而不能用来鄙视对方。

##### 3. 给予认可和情感支持

那些给你制造麻烦的顾客有时像淘气的孩子，他们之所以制造麻烦是为了引起人们的注意。当给予他们认可和情感支持的时候，他们的不良行为也许就会停止。但是，如果你发现即便这么做也无济于事，那么他们的这些行为很可能是由于更深层次的原因造成的，单独运用这种方式是无法解决问题的，需要配合其他的方法一起使用。

##### 4. 增强问题人物的自信

许多制造麻烦的问题人物往往缺乏很强的自信心和自尊心。他们用逃避的消极方式来处理问题是因为害怕失败。你可以创造一定的条件，给予问题人物获得成功的机会。只要小小的成功就能够给他树立一点点自信，也许他就会停止抱怨。再加一点成功，他也许就会变得不那么令人讨厌了。



## 训练专题 9 增强社会责任感

在日常的销售业务中，销售人员在不同的销售环节、针对不同的利益相关者，其责任、义务各不相同，行为也各不一样，反映出职业道德的不同侧面和不同的道德水平。一个有高尚职业道德的销售人员会恪守诚实、守信、公正、良知的法则，为客户负责，为自己的公司的长远利益负责，不为眼前利益而使自己的形象受损，不为自己的短期利益而使公司的长期利益受损。这应当是每一位销售人员的社会责任感的具体体现。

### 一、遵守职业道德

让职业道德成为销售人员宝贵的业务工具，具体做法有如下几个。

#### （一）销售人员要有良好的行为道德

销售人员的精神就是要建立信任，而建立信任要靠销售人员良好的行为道德来实现。如果你没有良好的道德，缺乏诚信，是谁也不会相信你的，这还怎么将交易做下去呢？作为销售人员，要希望增进业务表现，提升道德标准，光有口才还不够，还需要有良好的行为表现；更重要的是，潜在客户是否相信你所说的，说服力始于可靠性。

#### （二）稳固的社会责任意识的好处

任何销售计划若有稳固的社会责任意识，必能达到以下目的。

（1）提升公司的声誉。潜在客户会主动和公司联络，因为他们听说这个公司很可靠，相信同这个公司做交易不会上当受骗。

（2）建立客户忠诚度。客户知道和这种公司做生意不会被骗。

（3）有利于在员工之间制造高昂士气。销售人员喜欢在受到高度尊重的公司做事，知道他们不会连累自己的道德标准。

（4）使销售人员做销售工作更容易，因为潜在客户开始相信销售人员告诉他的话。他们相信，这个公司是值得信赖的，他们的销售人员品德高尚，不会掩盖事实。

（5）减少与用户的摩擦。相互的信赖使销售人员与客户之间的问题会较少，销售人员可以花更多时间进行销售。

（6）正直、诚信成为公司产品的“附加价值”，客户愿意为此多付一些钱。

（7）会接到更多回头的生意。客户希望再和公司做生意，因为他们知道可以期待什么。

（8）当产品出现某些过错时，客户会比较谅解，因为他相信这个公司是不会骗人的，肯定是有不可避免的原因，他们愿意给公司修正错误的机会。

（9）当现有客户想找什么新产品时，他们较可能给有道德的供应商新生意的机会。他们知道这样的公司对能否供应新需求会诚实评估。

（10）正直将竞争者锁在门外，满意的客户不会转而他求。虽然他们知道别处可能有更低的价格，但他们不确定那里是否能获得公平的待遇。

#### （三）销售人员的道德规则

（1）有些产品在卖出之前要进行必要的擦洗，使外观更美观。比如卖汽车，在卖出之前将表面的灰尘擦洗干净，给用户一个漂亮的外观是完全可以的，但不可以把里程计调零。换句话说，以最好的外观呈现给消费者，但不要采取对自己、公司或产品不正当的措施。

（2）要说到做到。凡对用户承诺的事就一定要办到。不管事情大小，包括很小的事，比如说过要打电话就一定要打，说回访就一定要回访，不要忘记自己的承诺。这有助于给客户一个信守承诺的印象，从而使他在较短的时间内建立起对你的信任。

（3）拒绝销售。有时你所销售的产品可能不符合用户的要求，即使勉强能用，也要同用户说明白，不要勉强销售。将你的产品适用范围同用户说清楚，不要为了销售产品隐瞒产品的功能。当客户发现你所销售的产品不符合他们的要求时，会给你的信誉造成不利的影响。如果客户购买了用途不对的产品的话更糟，给客户留下坏印象，想抹去是非常困难的。

（4）作为销售人员，应当培养对客户负责的责任感。你要销售产品，你就有负责的义务。俗话说得好：“卖了就要扶秤。”既然是你销售的产品，你就要做好售后服务，客户在使用过程中遇

到的问题，不管什么原因，你都要积极解决。只有这样才能树立你的威信，为你以后的销售开辟更为宽广的道路。

(5) 当因为生产环节出现问题，比如因生产线损坏，导致工厂无法按照交货时间交货时，你就应及时通知客户，以求得他们的谅解。反之，如果你不及时通知，客户催货时再同客户解释，你就会处于被动的局面。

(6) 不要贬低竞争对手，这样可能会招致相反的效果。你越将竞争对手说得一无是处，客户越怀疑你的诚实。当客户失去对你的信任时，你的销售也就划了句号。重视正面宣传是销售人员的明智之举。

(7) 将用户在产品使用过程中遇到的问题及时同销售主管交流，及早汇报可以使公司及改进，不汇报公司便无从改进。对产品存在的问题公司一无所知会有更多的问题产品出现，给公司和个人造成不必要的损失。

(8) 同事之间互相尊重。要公平对待经理人和其他销售人员，背后诽谤只能造成更大的负面影响。不要企图抢其他销售人员的客户，尊重公司的安排对你的销售工作更有利。

#### (四) 遇到问题及时处理，将问题消灭在萌芽状态

有些公司和销售人员会忽视一些小问题，他们错误地认为小问题会自然消失，但这只是一种掩耳盗铃的做法。一些小的问题开始时只是些小火花，很容易处理，但如果你不重视就有可能发展为森林大火，最后动用消防部队也不一定能够扑灭，即使能够扑灭也已经造成了重大损失。

(1) 履行合约有困难时，及时通知客户。如果有办法及时处理，可以短暂地等一段时间，在让客户觉察之前将问题解决，不给客户造成损失；如果短时间之内解决不了，就应该及时通知客户采取补救措施。这是一个负责任的做法，也会赢得客户的信任和谅解。

(2) 如果一个客户对产品或服务不满意，要认真调查，充分重视客户提出的问题，分析问题出现的原因，是自己产品的问题还是用户使用的问题，给客户一个圆满的解释。

(3) 如果发现是本公司的资讯不正确，要立刻修正，不要找理由谎称是意外从而掩饰自己的过错，更不能置之不理。

#### (五) 打压竞争对手无益于自己的销售

批评对手只能冲淡你对自己产品的优势宣传，原因如下。

(1) 潜在客户对销售人员打压竞争对手的做法可能会有不好的看法。常人大多对说别人坏话的人持一定的反感态度，打压别人会使客户对你失去信任。

(2) 同潜在客户谈交易的时间往往有限，你将时间用在说别人缺点上，必然占用了宣传自己的产品的时间。好不容易约好客户而不能介绍自己的产品不能不说是一种遗憾。

(3) 原本没有考虑他人产品的潜在客户，说不定因此而突然决定要考察一下你所说的竞争对手的产品，这实在是得不偿失。

(4) 有关竞争对手产品和能力的知识通常都不完备。任何对竞争对手错误的陈述，即使只是搞错了，还是会给销售人员留下骗子的污名，结果他所说的其他事就会被怀疑。

(5) 避免对竞争者的诽谤有助于提升销售人员的声誉，这对于成功销售是至关重要的。

(6) 对竞争者的正确态度，应该是完全忽略他们。销售人员应专心致力于找出潜在客户的需求以及如何实现那些需求。

#### 情商技巧：发现价值观的三种方法

有三种方法能够让人们发现自己内心最深处的价值观。

最常见的一个方法就是当你的价值观被打破的时候，如果有什么事让你感到不舒服、沮丧，或是觉得有什么地方和自己不协调，那么你就是用自己的价值标准来衡量。如果有人对你不尊敬，让你很生气，那就是因为他违反了你对于尊敬这一概念的价值标准——你希望别人在交往中尊敬你。如果你对即将到来的一件事感到担心，因为你不确定自己能不能把这件事做好，那么你对优秀这一概念的衡量就是你担心的根源。往往生活中最容易让你受到伤害的东西恰恰就是你最在乎的东西。

第二种了解自己价值观的方法就是通过实现了这些价值观的事件来判断。如果有人特别尊敬你——他们甚至冒着危险在你最需要的时候帮助你——你的感觉就会很好，这种感觉就是来自于你内心对尊敬的价值标准。当你观看自己最喜欢的体育节目或是文艺节目的时候，你从其中一个优秀的节目中获取了灵感，你的那种感觉就是你内心深处最在乎的价值观的体现——不管你把它称作优秀、精通、美感，还是别的什么，那种感觉本身远比它的名字更重要。价值观就是各式各样的感觉——它们让你明白什么对你才是最重要的。

第三种体会自己内心深处的价值观的方法就是通过有意识的内心活动。通过深思和反省，任何人都能感觉和发现自己最在乎的价值观。

接下来，你要做的就是把自己的价值观和道德标准同整个人生中的远大目标联系起来。

## 训练专题 10 适应现实

适应现实就是依据不同的情况，做非原则性的变动。适应现实能力的高低，实际上是心理适应性的一种反映，是一个人思维灵活程度的体现，也是一个人的心理素质和智慧的外在表现。

用灵活的态度适应工作中的变化，对大多数人来说都是有益无害的。因为有了良好的适应性，大家就可以相互理解与谅解，相互妥协与帮助，你帮我，我帮你，彼此都有付出，同时也均有收获，问题得以解决，关系继续发展，利人利己，适应现实的确是一门重要而又实用的处世艺术。

### 一、从容应对自己面临的真实处境

销售人员应该养成真诚对待自我的良好习惯。要战胜工作压力，销售人员就必须对自己面临的真实处境做出诚实回答；而要从容应对自己面临的真实处境，就必须对自己可以支配的资源有一个清楚的了解。

有两个原因，使这一习惯的养成变得非常棘手。首先，销售人员都有责任、有义务为自己从事的工作赋予一点乐观精神，这本身就是他们工作职责的一部分。然而，仅仅持有乐观的态度，有时也会让我们忽略一些实际处境中极为重要的现实因素。第二，作为专业销售人士，随着我们与客户之间交往的默契，随着我们与客户之间诚挚关系的建立，我们需要不断提升自己在关键场合的自身形象，树立自己在对方心目中的诚信品牌。与此同时，涉及自身这一方面时，我们更需要讲真情，讲实话，不欺瞒自己。实际工作中，有很大一部分导致工作压力的事例是由销售人员“自以为是，自欺欺人”造成的。

下面列出了一些最常见的销售谎言。有相当一部分销售人员常常会不由自主地把这些谎言用到自己身上，自我欺骗，自欺欺人。这些谎言与工作压力有密切关系，它们会最终阻碍销售业务的成功完成，阻碍长期与短期销售目标的实现，让销售人员处于岌岌可危的拒绝边缘，而且，拒绝会最终降临到他们头上。

谎言 1：有朝一日，我将不需要拓展新客户。

某些销售人员仰慕那些表面看来“成就非凡”的专业销售人士，认为一旦培育了几个大客户，就再也不需要拓展新客户了。这其实是一个最为危险的销售谎言。失去了稳定的新客户来源，销售人员也就把自己的销售收入置于了一个危险的境地。其实，销售人员应该做到的是，每完成一笔大的销售业务，随后就应该努力找到一个新客户。对销售人员来说，经常拓展新客户，以确保自己的收入来源，无疑是极为重要的。

谎言 2：说谎有时也是可以理解的，一点点谎言不会有什么大碍。

实际并非如此。无论你是对主管、同事撒谎，还是对客户撒谎，最终你都会发现，其实最好还是讲真话、道实情，即使你可能会因此而失去一位客户。一个人的信誉、一个人的诚信往往是决定成功的关键。即使在一些小环节上、一些小细节上，也应该对所有人都怀有真诚之心。如果一直如此，别人就很容易在大事上对你信任有加。

谎言 3：那些潜在客户确实需要我们的产品或服务。

无论从事什么销售，你都应该明白，没有人真正“需要”你。如果你不出现，客户可能会一直使用其他产品、忙于其他事务。他们根本不会对你和你的产品有丝毫考虑，他们肯定会延

续传统或者从事其他事情。你的工作就是要向现状进行挑战，并努力做好说服工作来改变现状，而不应该盲目地认定事情会按照对你有利的方向发展。

当你给一个完全陌生的客户打电话时，你应该知道，客户拿起电话的那一刻，他并不希望有人来打扰他。因此，你的阐述就必须令人振奋、令人鼓舞，必须富有说服力、充满激情，能够让客户心甘情愿地停下手头的工作，认真听一听为什么他应该对自己的真实“需求”重新认识、重新思考。只要设身处地地考虑一下客户现在的工作，你就能够做到这一点。

谎言 4：这只是工作上的事情，我永远也不会让它影响自己的个人情绪。

除非你是圣人，否则作为销售人员来说，根本就无法做到这点。如果客户拒绝了你，肯定会对个人造成某种伤害。如果你已经为一次销售演示付出了长时间的努力，最终却没有促成销售，这也会对个人造成伤害。实际上，推销已经成为你生活中不可分割的一部分，已经成为你安身立命的根本，成为你赖以生存的衣食来源。因此，遇到挫折时，坚决地一口否认，并不是对待工作的好办法。销售人员应该对已经发生的事实坦然接受，并努力从个人情绪上做出相应调整，从而全力应对挫折和失意。如果假装不会造成伤害，不会让人伤心，反而会承受更大的压力，使得工作压力的症状更为糟糕。

谎言 5：不要杞人忧天，我们是不会面临激烈竞争的。

即使是在高新技术领域，销售的是一种突破性的产品或服务，你也必须认识到，别人也正在销售或将要销售一种全新的产品或服务，从而取代你现有的产品或服务。销售人员要经常读一读客户所在行业的报纸杂志等相关资料，读一读自己行业的文献资料；要时时收集现有竞争对手的信息资料，收集那些可能会取代自己产品或服务的相关产品信息。不要自欺欺人！竞争通常会比你想象的更为急迫。

谎言 6：如果客户未能如约参加初次面谈，那他们就更有可能会购买我们的产品，因为他们会感到有愧于我。

这个谎言的荒谬，在于它忽略了客户繁忙而会有所不便的实情，未能会面并不说明客户会有愧于你。你是出于销售产品的目的才对客户紧追不放的，无论客户会不会因为没有出席会面、忘记回复你的电话、出现其他失仪而感到片刻的内疚，你都应该明白，这种感觉通常是不会影响他们的购买决定的。无论客户是否有愧于你，你都应该把自己的销售技巧发挥到极致。只有这样，客户或许会在你尽力后，对你做出一些礼貌的表示。但即便如此，也不意味着这项销售早已胜券在握了。

谎言 7：销售其实很容易实现。

自我满足是最危险的销售陷阱之一，也是导致工作不满四处泛滥的最常见因素之一。盲目地认为销售很容易实现，泰然自若地傻坐在那里，想象着销售总是很容易实现，这确实是十分危险的。“轻而易举的销售”可能只是一时的侥幸，其实，销售的最终实现要比你想象的更为复杂、更为艰巨。这是因为，通常我们并不清楚决策过程中究竟会有哪些因素介入并发挥一定的影响；再者，一味想当然地对待客户，本身就是一个极大的错误。

谎言 8：拿下这位客户是板上钉钉、确有把握的事。

不幸的是，根本就不存在“板上钉钉”的客户。即便是已经签订了合同，销售也仍有可能面临“泡汤”的危险。销售人员可以通过有效的评估标准对“确凿之事”进行辨别，加以区分。例如，对产品来说，可以使用“已装运”作为销售成功的评估标准；而对服务来说，则可以用“服务提供的预定日期”作为评估标准。

谎言 9：客户先生，您的成功是我追求的全部。如果您成功了，那么，我也就成功了。

销售进入到客户筛选卖方的阶段时，销售人员常常会说出这样的谎言。这个谎言往往会成为销售人员坐视事态发展、放任竞争对手或客户组织内部人员控制销售进程发展的理由和借口。你的目标应该是按照自己已经定好的、最终能够促成销售的程序和路径实现与客户的双赢。如果客户要了解竞争对手的服务和报价，你应该知道这一信息，并积极参与其中，及时做出调整，从容应对出现的新局面、新情况。如果你的销售意向协议已经“转”到了技术支持人员那里，那

你也应该找到适当的方法和途径，争取参与到这一新的业务关系中，发挥自己的影响，争取销售业务的成功实现。

请务必确信：销售行业充满艰辛，需要艰苦努力，销售职业生涯中也随时会有荣辱起伏。没有理由误导自己，让自己总是处在后悔莫及的情感纠缠中，平添许多不必要的挫折经历。不要对自己胡言乱语，不讲真话。在你能够做出的所有明智选择中，销售这一职业，无论是从情感方面还是从金钱方面来说，都是一个回报丰厚的领域，但前提是你能够养成真实评估自我的良好习惯。真诚对待自我，真诚对待客户，这是最为基本的。只要做到了这些，你就能够通过艰苦的努力、相互的信任和与合作双方都有裨益的融洽关系，实现自己期望已久的职业发展目标。

让我们直面现实：如果你不能对自己道出实情，那么，你也就无法从他人那里了解真相。

## 训练专题 11 灵活处事

### 二、在销售中灵活处事

#### （一）发现产品的新功能

发现新产品的用途和应用对于销售成功非常重要。你应该运用自己的创造力去发现你所推销的产品的新功能。创意销售始于对产品或服务的彻底了解。你对自己所卖的产品了解和理解得越清楚，你就会越有创造性地去销售它。你对自己的产品与同类产品相比的优越性知道得越多，你就可以更好地将这些解释给客户，消除他们的购买阻力，促成你的销售。

阅读、学习、牢记自己的产品信息，找出竞争对手在卖什么，强调什么，以及他们的标价是多少，然后找出你的产品不同于他人的特点，以此为突破口，达到客户买你的产品而不买他人的产品的目的，这些都需要创造力。

#### （二）解决“不知道”的问题

在有些情况下，你的客户对你销售的产品或服务不了解，不知道。如客户不知道你的产品已经上市了，或许是因为对你所销售的产品或服务感到新奇，这时他们是不会购买你的产品的。这时，你要克服的最大障碍就是让人们对你的产品熟知和了解。

在销售过程中，你总是与某人或某物竞争。不管你在销售什么，你所在的市场上总有替代品。如果你不知道客户在想什么、需要什么，你就不可能做成交易。你要靠你的创造力，找出自己的目标客户在想什么，并进而给自己准确定位，让客户感觉到你的产品正是他们需要的。

解决“不知道”的问题的另一个方面是解决“不知道”对手的问题。商场就好比战场，战场上的决断总是根据“敌人”在做什么或可能做什么而做出的。你在销售中的许多重大决策也取决于竞争对手在做什么或有可能做什么。

#### （三）发现你的竞争优势

你的产品或服务与竞争对手有何差异，这很重要。正如通用电气的杰克·韦尔奇说过的，“如果你没有竞争优势，就别竞争！”

你的竞争优势永远是让客户选择你的而非你的竞争对手产品的最重要原因。完全理解自己竞争优势的本质是形成既有效又有创造性的销售推介的关键。对于产品或服务的竞争优势，你应该清楚到这个地步：如果有人凌晨三点将你叫起，摇晃着你，问你为什么你的产品比别人的好，你在睡梦中都能回答出这个问题。

客户购买某一产品或服务，是因为在他们看来该产品或服务在某个方面比身边其他的要好。有时，竞争优势是某个特性或益处；有时，竞争优势是因为客户喜欢该销售人员胜过另一家公司的销售人员；有时竞争优势在于你第一个向他们说明了你的产品可以帮助他们多大程度上改善自己的生活或工作。创造性的展示你的产品的优势，是你在竞争中完成销售的关键所在。

#### （四）给客户留下好印象

进行有创意的销售，就要保证自己的产品向客户提供的最重要益处优于竞争对手。这就成了你的广告、客户开发和销售等活动的关键要素。在销售的过程中，如果你的客户真心需要只有你的产品才具有的那些特殊功能时，完成销售就容易多了。

大公司往往花费大量的时间和金钱去为自己的独特销售主张建立知名度。我国著名的白色家电大户—海尔，从一个街道小厂发展成为著名的跨国公司，把厂子开到欧洲和美国，就是因为它有非凡的售后服务。海尔在售后服务方面的突出表现，给客户留下了深刻的印象，解决了购买者的后顾之忧，它的产品才得以销向全世界。高质量服务的名声使之成为世界范围内的一个行业领导者。

#### （五）开发潜在市场

哪个地方你的产品还没有到达，你的产品还适应于哪些人使用，这些地方和这些人可能是根本不在市场上出现的。对于你的产品或服务来说，这些都是你最大的潜在市场。如果你能识别出他们，并找到与之搭线的机会，你就能在这片没有销售也没有竞争或价格排斥心理的地方上，经常性地创造出销售机会。当一个公司找到途径去开发这些潜在市场并获得成功时，这个公司就能超越所有的竞争对手。对于传真机、个人电脑和手机，在一开始的时候，都只有少数人愿意冒险涉入其中。在这些产品的早期版本中，它们大都又重又笨，缺乏效率。但是，一旦这三个东西被商务人士接受并在办公室中使用，一个巨大的市场就形成了一突然数以百万计的群体涌入市场。今天，甚至小孩都拥有电脑、传真机和手机，而且他们还不断更新换代，使用更新、更好、更快、更便宜的型号……你怎样才能将这些应用到自己的产品或服务上去呢？

虽然有些人现在不买你的产品，也不买任何其他人的产品，但这些人是新客户的最大来源。如果你能找出他们不买的原因，你就能打入一个全新的市场，进而比以往卖出更多的产品。对于这一现象，作为销售人员要思考：他们为什么不买？从他们的角度看，是什么在阻止他们购买你所销售的产品或服务？他们要在内心里克服哪些反对意见，才会让自己走进市场购买？为消除他们对自己所获收益的一无所知，你能做些什么？你怎样消除让他们止步不前的担心？

开发潜在市场的最简单办法常常是识别出一种具体的好处，而这些客户群体对这种好处非常珍视和向往，直至希望获得你的产品或服务。向这位客户表示：他肯定能得到这一好处，并让这个好处激发出他的购买行为，随之给客户以无条件的满意保证。通过集中在产品或服务的关键益处上，并佐以强大保证，你经常能在第一时间消除这些客户群体的购买阻力。

何时是向客户销售的最好时机？这是否是某个业务周期的特定时刻，或者是一年的某个特定季节？客户是在业务增长还是业务衰退的时候购买？这些问题没有确定答案，一些服务在业务困难的时候特别合适，而另一些服务则在业务增长很快的时候容易被人购买。

#### （六）做好售后调查

使客户满意是你重复销售和推荐客户的最好资源。如果你肯花时间询问一下他们为什么买你的产品而不是买别人的，他们一定会告诉你他们的理由。如果你知道了客户购买你的产品的真实原因，你就可以在发展新客户时提高针对性。打一个电话或当面拜访你的客户，告诉他你的公司正在进行市场调查。“我们在与一些最尊贵的客户交流，以便发现我们如何才能在将来为他们更好地服务。你是否愿意回答我几个问题？”

然后，你可以询问他们如下的一些问题。

- （1）是什么原因使您决定从我们这里而不是从别人那里购买？
- （2）您感觉我们的产品有哪些具体的价值或益处？
- （3）我们的产品有哪些不足，将来怎样为您而改善？
- （4）我们的产品有哪些特别之处，是您在购买的时候没有预料到的？

如果你的客户对你的问题作了详细的回答，你就应该记在心里，他们的回答会为你以后卖出更多的产品提供很大帮助，也为公司改进产品性能、提升产品质量提供必要的参考。做好售后调查也是体现你的销售创造力的一个重要方面。

#### 自我评估：灵活处事能力评估

##### （一）测试题

仔细阅读下面的题目，根据平时自己的实际情况，看每一句所陈述的是否与自己平时的思想和行为相一致，然后用“是”或“否”表明自己的观点。

- (1) 我能够把变革方案分解成任务或易于管理的部分。是否  
(2) 周围全是陌生人,我也能够很快成为其中最活跃的一个,与大家进行愉快的交流。

是否

- (3) 听说朋友晚半小时才到,我会利用这段时间规划一下其他的事情。

是否

- (4) 在喧哗嘈杂的环境中,我也能聚精会神地读书。是否  
(5) 与陌生人在一起,我不会觉得特别尴尬。是否  
(6) 当有人毫不礼貌地质问自己的时候,我不会被气得一句话也说不出。是否  
(7) 如果我到很远的地方去打工,能够很快适应当地的饮食习惯。

是否

- (8) 我总是能及时调整自己的心情,在客户面前保持良好的精神状态。

是否

- (9) 出差到外地,我住招待所时没感觉出和在家中居住有什么明显差别。是否  
(10) 路上碰到堵车,我不会急躁不堪。是否  
(11) 我在大会上与在办公室讲话感觉没有多大的差别。是否  
(12) 工作越临近完成,我越变得更加沉稳。是否  
(13) 用钢笔和圆珠笔书写,我感觉没什么大的差别。是否  
(14) 当有人劈头盖脸对我横加指责的时候,我会冷静、理智而又适度地给对方以回击。

是否

- (15) 与同事吵了架以后,我能够很快地进入工作状态。是否  
(16) 一份很重要的文件不见了,我会静下心来回忆它会被放在了哪里,不会急得暴躁

不安。是否

- (17) 我能提前认真地制订计划,从而使意外发生的可能性最小化。

是否

- (18) 我能够预测潜在的不利反应,并能制订计划来处理这些不利反应。是否  
(19) 我能快速且适当地应对变革的阻力。是否  
(20) 我能够寻找机会来认可和表扬成功的变革。是否

(二) 计分规则

答“是”计1分,答“否”计0分,根据得分题目的总数,可计算出自己的得分。

(三) 结果分析

16~20分:说明你的灵活处事能力比较强。你性格豁达,心胸开阔,凡事都能看得开;生活中的各种压力你都能够从容应付,每件事情都有多种解决方法;遇到冲突,或者“大事化小”,或者变换心境;在陌生的人群或者环境中能够很快适应;你会对变化进行预期,并且会在初期就采取前瞻性的步骤,以便使自己做好准备。你的这种处世方法有利于自己的心理平衡与身体健康,可尽情享受生活。

12~15分:说明你有一定的灵活处事能力,基本能够灵活处理事物的变化,对生活中的一般压力能够比较灵活地应对,一般的冲突也能做出相应的处理。但是,如果事件比较复杂,处理起来可能有一定的难度。你还要在提高自己的快速灵活处事能力方面做出努力。

11分以下:说明你的灵活处事能力还有比较大的提高空间。你不愿意被卷入变化或者不容易控制的形势之中,因为你对事物的变化处理得很不灵活,不愿意与陌生人打交道,不愿意到陌生的环境中去,对生活中发生的有些冲突处理起来感到很棘手,好像是没有容易的解决办法。生活中,你会面对许多挫折,同时也会有较大的压力。

## 训练专题 12 问题解决

三、有效解决顾客投诉问题

(一) 理解投诉的本质



### 1. 顾客不投诉的原因

在正常情况下，顾客会由于不好的服务向每个人发牢骚，然而他们很少正式投诉。统计数据显示，大约 40%~96% 的顾客不会向可以处理投诉事项的人吐露心声。即使顾客有过极端不满意的体验，许多顾客还是不会投诉。

如果我们站在顾客的立场检视没有投诉的情况，整个局面就会变得非常有意思。多数顾客并非不敢表达他们的意见，他们都会经历一段严肃的认知过程，并据以决定是否投诉。

(1) 首先，顾客必须判断投诉是否可以达到目的。在判断时，他们必须评估问题的起因。如果缺少这种认知，就不可能知道应该找谁负责，结果就会认为投诉到头来只是白费工夫。如果认为自己应该负起部分责任，他们可能决定不投诉。其次，如果认为投诉可能反而对他们造成某种伤害，他们很可能设法自行减少损失，而且一言不发。

当然，顾客不投诉的原因还有很多。如果缺少投诉的经验，或者心理上无法接受与他人正面对峙的紧张，这些人可能也不会投诉。此外，如果认为无法找到其他的替代服务人员，或者当更换服务人员比较麻烦时，一般人也会倾向于不投诉。他们可能不高兴，不过也不会向企业组织表示什么，只会私下向家人、朋友、同事吐露他们的遭遇和心声。

(2) 顾客认为，多数投诉案例处理不良。统计数据显示，即使在投诉时，仍有多达 50%~70% 的人认为，如果不曾投诉，他们的遭遇可能还会好一些。顾客认为，投诉时他们和企业的相对地位会随之改变，和当初采购时所处的位置正好相反。

不良的投诉处理态度和技巧，会使一开始时只是比较细微的服务失败案例变得更加严重。这时候，顾客会开始议论纷纷。如果处理投诉案例的态度或技巧不够好，顾客与他人讨论此事的动机会增强。研究人员发现，如果投诉事项处理不好，75% 的客人会辗转相告。

(3) 部分问题的症结在于，65% 的人 would 向企业的第一线员工提出投诉，然而在多数情况下，第一线员工无法妥当地和前往投诉的顾客应对。许多企业不会告诉他们的第一线员工，妥当应对并处理顾客的投诉事项，不但是留住顾客的要诀之一，更是工作职责的一部分。相反，许多企业要求第一线员工特别注意随时可能上门“找麻烦”的顾客。如果第一线员工并未接受有关如何与愤愤不平的顾客应对的训练，也未获得公司政策上的支持，或在解决顾客问题的过程中缺乏灵活性，那么有 50%~70% 的顾客在投诉后感觉更糟的结果就一点也不奇怪了。

### 2. 投诉会留下很深的记忆

一般而言，投诉的记忆比其他服务经历的记忆更强烈，因为失败的服务会引起强烈的情绪反应。纽约大学心理学及神经学教授约瑟夫·勒杜认为，情绪性的记忆比其他种类的记忆更为强烈，因为除了其他事件，大脑皮层还会储存情绪性事件的记忆。另一方面，大脑深处也会储存各种感觉（例如恐惧时心跳加快）的记忆。

这个情形犹如大脑从立体声音响当中唤起情绪性的回忆。消费者之前的情绪性记忆很快就会影响到目前的行为，而他们的大脑皮层可能要花费一些时间，才会送出可使他们冷静下来的信息（例如“冷静下来，这和你上次遇到的情况不同”）。把投诉当做与某企业接触过的回忆，似乎不是一个好点子。

### 3. 投诉的顾客是潜在的忠实顾客

研究结果显示，如果出面投诉，并让企业有机会解决他们的问题，一般的消费者很可能继续光顾同一家公司。事实上，当投诉事项得到妥善处理时，它们有可能成为更具积极意义的消费体验。

有效鼓励和促成投诉，可以强化消费者对商标品牌的忠诚以及获利性，并可遏止其他私人行动的负面效应。

研究人员发现，如果消费者投诉的事项得到妥善解决，他们会比始终不曾碰到问题的人对企业来得更忠心。问题是，如果投诉事项处置失当，只有 23% 的消费者会继续和原来的企业来往。另外，即使消费者并未得到他们想要的东西，如果出面投诉至少得到某些响应，他们也不大可能会在事后发表对对方不利的言论。



## （二）减少投诉的目标不是个好观念

### 1. 顾客投诉时，对服务的过程充满着丰富的情绪

先看看以下这个处理不良的例子当中所表达的情绪。在这个例子里，一位顾客试图得到修理电话的服务。

顾客服务代表（D）：“如果线路确实出现问题，我们会为你提供免费的服务。你明天会不会在家？或者，你能否留下联络电话？”

顾客（G）：“我不在家，明天我得上班。我可以留下公司的电话。我曾经以这个电话号码联络贵公司。”

D：“先生，我无权决定此事。我必须向上级报告。”

G：“我知道，可是我只想让你知道，我已经交过钱了。你们公司的相关人员第二次来查看的时候，便主动不收取任何费用，因为他们发现，错误是他们造成的。我实在不想再从头来过一次，因为费用实在太高。”

D：“如果是线路问题的话，绝对不会有什问题，我们会处理”

G：“希望如此，不然的话，我们可能就要换别家。”

D：“这个决定权在你。”

G：“用不着你告诉我。”

我们不妨考虑几个问题：顾客认为他在投诉吗？或许是吧。许多人不喜欢看到自己满腹牢骚，因此这位顾客可能认为，他只是在向对方“述说”他的遭遇。这名业务代表是听到顾客的投诉，还是看到一个有待解决的问题？或许是前者吧。这也就是说，如果公司要求顾客服务代表深入追踪投诉顾客的后续情况，那么上面这段对话或许就不会被解读为投诉。这种服务失败的表示法，会不会传到第三者的耳朵里？可能不会。顾客服务代表能否在这段对话中学习到那些可供下一次进行相同对话时派上用场的东西？值得怀疑。顾客服务代表是否认为，他处理对话的方式得当？很可能确实如此。打完电话后，顾客是否会对这家电话公司留下不好的印象？答案是肯定的。

### 2. 顾客投诉越少越好吗

对待投诉的一种有效方法是，站在顾客的立场设想他打算继续和你做生意。我们可以在上面的对话中清楚地看到，顾客确实很想和这家公司继续往来，然而顾客服务代表却未尽力留住顾客。“这个决定权在你”，这句话让我们想起两个人争论的例子。有个人说：“如果你这么认为的话，我们可以立刻结束彼此的关系。”他的伙伴则回答说：“好，如果你想这样的话，看看我会不会在乎。”事实上两个人都不想结束关系，然而却又都不知道如何摆脱沟通不良的困境。

和同理心有关的是站在他人的立场看待事物的能力。在投诉的状况下，同理心尤其重要。然而，多数销售人员或顾客服务代表却经常以自己的立场和角度对待投诉和抱怨的案例。他们不但要求顾客证明投诉或抱怨的合理性，而且要求对方证明问题不是他们自己造成的。这种想法对留住忠诚的顾客实在不可取。

### 3. 设定减少顾客投诉次数的目标不是一个好主意

由于处理投诉令人不快，许多企业和销售人员宁可和坏消息保持距离，或者干脆不接受投诉。虽然他们知道，顾客的投诉有益于企业的成长，然而在比较深的层次，还是非常排斥投诉，以至于自认为可以提供百分之百完美的服务，无形中逃避现实的问题。

在这种情况下，企业主管和销售员设定的错误目标之一就是尽量减少顾客投诉的次数。这种不当的做法可能会在无形中影响到企业获得消费者回馈的信息，这并不是一个好观念。

## （三）顾客服务是营销的延伸

如果企业主管设定尽量减少投诉案例的目标，员工通常都会很快就适应，而且也很快就不再倾听或者通报投诉案例。这种变化可能几乎完全无法察觉。

一位希望消除投诉的人力资源主管说：“不错，我们确实喜欢有效的处理投诉案例的方法和要诀，不过我们的目标是在商场上力争上游，也就是完全消除投诉的情形。”

这种思维会造成企业将处理顾客投诉视为经营成本的一部分，而不是发展的机会。正确的做法是，企业应该把负责处理投诉事项的员工视为：

- (1) 如果处理得当，便是可以留住顾客的主力；当顾客可能拂袖而去之际，有办法留住对方；
- (2) 控制负面评语的公关工具；
- (3) 研究市场需求的营销研究人员；
- (4) 营销部门的延伸。如果投诉案例处理得当，许多顾客一定会愿意给予相应的回报，最直接的方式之一就是购买更多的产品。

调研结果显示，在投诉的情况下，顾客对企业的期待高于正常情况，特别是忠实的顾客。如果顾客的投诉遭遇困难，企业组织很可能无形中失去最有价值、最忠实的顾客。

## 训练专题 13 保持乐观向上的心态

### 三、消除悲观情绪

#### (一) 转移注意力

首先，要有意识地转移注意焦点。当你遇到挫折感到苦闷、烦恼、情绪消极悲观时，就暂时抛开这些令人苦闷、烦恼的事，而将注意力转移到那些感兴趣的活动和话题中去，去回忆那些令自己感到幸福、愉快的事，以此来冲淡或忘却烦恼，从而把悲观消极情绪转化为积极情绪。其次，可以安排一些愉快的、令人暂时忘记烦恼的活动，通过改变环境使注意力得到转移。如约朋友去散散步、到异地作短暂的旅游参观，暂时改变一下居住地点等。

#### (二) 合理发泄你的情绪

在适当的场合，采取适当的方法，将心中的不良情绪排解掉，这样有利于快速地转化情绪。有以下几种方式可供参考。

(1) 哭泣。当你某项活动遭到失败，当你遇到突如其来的灾祸，精神受到重大打击而产生消极悲观情绪时，你可以找一个没人的地方大哭一场。这样可以有效地排除紧张、烦恼、郁闷、痛苦的情绪。

(2) 倾诉。当你心中苦闷、烦恼、情绪极端悲观时，可以向父母、老师、同学、知心朋友尽情倾诉，发发牢骚，吐吐委屈。这样可以使不良的思想情绪发泄出来，精神就会轻松，心中的不平之事也会慢慢消失。

(3) 活动。当你的消极心理使情绪极度低落时，你可以跑跑步、打打球、干干体力活，或者唱唱歌、跳跳舞、打打牌，这些都可以使郁积的怒气和不良情绪得到发泄，原本十分低落的情绪就可以改变。

#### (三) 学会控制自己的情绪

人不仅要有感情，还要有理智。如果失去理智，感情也就成了脱缰的野马。在陷入消极情绪而难以自拔时，应有意识地用理智去控制自己。

(1) 自我暗示。当你参加一些紧张的活动，如重要的考试或竞赛前，要在心里暗暗提醒自己，沉住气，别紧张，胜利一定是属于自己的。这样就能增强自信心，情绪就会冷静，就能遏制冲动，避免不良情绪造成不良后果。

(2) 自我激励。当一个人在困难面前或身处逆境时，自我激励能使你从困难和逆境造成的不良情绪中振作起来。“失败是成功之母”是尽人皆知的一句至理名言，如果在失败后一味消沉，不能自我激励振作起来，那么失败只能永远是失败，而不会成为成功之母。

(3) 心理换位。所谓心理换位，就是与他人互换位置角色，即俗语所说的将心比心，站在对方的角度思考、分析问题。通过心理换位，来体会别人的情绪和思想，这样就有利于对别人做法的

理解，消除和防止不良情绪产生。换位想想，这个世界，还有多少人生活得那么艰难，甚至穿衣吃饭都成问题，而我们具有良好的工作生活条件，还有什么理由不心情愉快、乐观向上呢？

（4）升华转化。就是要发掘调动思想中的积极情绪，抵制和克服消极情绪，将悲观消极的情绪升华转化为积极乐观的行动。

（四）要承认现实，适应环境

当遭遇一些挫折和无法阻挡的重大打击时，有的人会出现悲观的情绪，但是悲观不能改变任何事情，只会让自己的情绪更加消沉。那么还不如承认事实，让自己从悲观的情绪中走出来，让自己适应环境的变化，重新规划自己的未来，积极地生活和工作。

情商技巧：日常保持好心情的 10 条法则

（1）带着好情绪入睡，当你醒来时也会有好的情绪去迎接新的一天。

（2）入睡前集中精力积极乐观地展望一下明天，想想明天自己想做些什么。

（3）怀着快乐的心情期待明天。期待新的一天到来，期待新一天的阳光、期待闻到雨露带来的生命气息。在心里计划好如何享受即将到来的一天，让它成为有意义的一天。

（4）给自己买个可爱的闹钟！扔掉尖叫、刺耳的闹钟，选用一个声音轻柔、悦耳的闹钟。

（5）选一件自己最喜欢的衣服穿上。当你穿上自己喜欢的衣服时会感到舒适和惬意。

（6）在新的一天里，用令人舒适的音乐陪伴自己。不要听一些自己不喜欢的、总给人带来坏消息的广播，为自己准备好最喜欢听的音乐带。

（7）热爱这个世界。学会积极地观察事物，关注同伴身上的优点和优势，留意孩子身上的特长和可爱之处，关心客户身上坦诚和正直的特点。这个世界正如你所看到的那样在积极地运转着。

（8）为自己身上那种积极乐观的情绪而开心。把积极乐观的情绪用语言表达出来，你会惊奇地发现你的周围竟然聚集着如此多的朋友。

（9）相信自己会成功。当你相信自己，你就会看到：你的信念是正确的！在心中描绘成功的蓝图，用各种色彩去描绘你成功的一天。当你仔细地端详自己成功的蓝图时，你会发现：你越相信自己，你离成功就越近。

（10）积极地思考自己，思考这个世界，思考今天要与你打交道的人。你怎样看待这个世界，这个世界就会怎样地出现在你的面前。如下雨的时候就要想，雨水对万物的生长是多么的必要呀！这个世界不存在一无是处的缺点，你必须积极地去关注这些不足。

## 训练专题 14 使自己幸福快乐

### 三、保持工作热情

#### （一）保持热情

作为销售人员，个人的热情对客户的购买决心和达成交易的可能性都会产生巨大影响。如果只是做做样子，向潜在客户提几个问题看看他们是否满足成为我们客户的条件，再以不温不火的态度向他们介绍产品，甚至当客户对我们提出异议时就变得防备心很强，那么客户没有购买冲动是理所当然的事情。

反之，如果我们保持热情的态度，那么在与他人谈话的过程中，这种态度定会自然流露。如果我们介绍产品或服务的时候满怀激动之情，客户也一定会兴奋不已。如果我们在销售过程中保持微笑，使用幽默的词语，客户就会放松下来，向我们敞开心扉。所有这些最终会为我们实现一个目标：获取更多的销售额。

“保持热情”是销售能否成功的一个关键因素。以下几个方法可帮助你激发并保持热情。

(1) 相信自己的产品或服务。花时间回顾一下自己的产品或服务能为客户带来哪些好处，找出产品能够使客户满意的独一无二的特征。

(2) 与对产品比较满意的现有客户保持沟通，听听他们的正面评论。

(3) 热情具有感染力，保持热情最有效的方法就是与热情积极的人保持联系。

(4) 阅读或听一些鼓舞人心的资料或事迹。

(5) 行为魅力也尤为重要，所以，你要随时审视自己的行为是否具有吸引力。

## (二) 展示热情

销售人员与客户会面时应大方有礼。请记住，热情与经过刻意掩饰的紧张完全不同。热情可以在购销双方之间搭起一座沟通的桥梁，而紧张只会使双方更加疏远。

向客户展示热情并非要求你热烈地拥抱客户，或握手 20 余次，又或喋喋不休地恭维对方的穿着和容貌。

洽谈是购销双方之间的一种相互交流。在正式切入主题之前，双方仍需进行一定的前期交流。如果你能够理解推动双方初次交流的原动力，那么你就会认识到热情对于推动业务的发展是多么重要。

### 1. 洽谈初期

在双方会面的初期，应当通过潜移默化的方式表现出你的热情。自信的举止、正确的目光交流、有力的握手、坚定从容的行走——这些都是展现热情的行为，并可以将你因新的业务关系确立而产生的兴奋感传递给对方。

### 2. 洽谈后期

当客户开始社交谈话时，你才能将话题转向业务问题，但仍应注意客户其他方面的变化。所有的变化都可以从对方较为轻松、开放的态度上察觉出来，通常表现在相对放松的肢体语言上。你的工作就是寻找时机，即客户主动而非被迫注意你的言辞。一旦发现时机成熟，你可以对自己的表现方式做些调整。

你可以决定更多地使用手势来表达意见，也可以较频繁地使用客户较为喜爱的称呼。谈话时，你可能会发现有时使用一些非正式的言辞也许会更妥当。例如“你自己看看。”“那样怎么样？”或者“我来说说我们的想法。”

努力避免重复、机械的手势或回答，否则将会使你显得虚伪且缺乏热情。

## (三) 重视热情的展示

这是一条普遍原则。由于客户和客户之间存在差异，销售人员和客户之间的相互交流也不尽相同。适当地展现热情，改善自身形象是一名优秀销售人员必备的基本素质。

笑声对销售人员有很大的帮助，相比其他职业，销售人员更需要一个良好的自身形象。如果你始终表情严肃，不会自我放松，不会用笑声来面对世界，那么你绝对无法保持一个良好的自身形象。

下面这段文字可能会对你有所启迪。

“微笑不会花费分毫，却能够奉献许多。它能让得到的人富足，而不会让给予的人贫穷。须臾即可给予，回忆却能长久。无论多么富有，多么高贵，没有它，人都难以生存；无论多么贫穷，多么吝啬，对于它，人都不会短少分毫。微笑为家庭带来幸福，为企业带来友善。它是赢得友谊的密码、通向友情的桥梁。它为倦怠者带去歇息，为失意者带去鼓舞，为悲伤者带去阳光；它更是最好的根治烦恼的天然良药。然而，金钱买不到它，乞求得不到它，借也借不来，偷也偷不走。实际上，如果微笑还没有给出，那么，对任何人而言，它都一钱不值。有人倦怠不堪，无法给你一个微笑。那么，请把你的微笑送给他们，因为一贫如洗、无法奉献的人最需要微笑。”

自我评估：工作与生活平衡状况的自我评估

### (一) 测试题

每道题目陈述一个日常现象，请根据与你的情况符合程度在对应的数字上画圈：“3”表示非常符合；“2”表示比较符合；“1”表示不符合。

(1) 一头是工作，一头是家庭，我经常能两者兼顾。321

(2) 我基本都把时间集中在最重要的事情上。321

(3) 根据自己在工作上的付出，我对现在的报酬所得还是满意的。

321

(4) 我能够处理好工作和生活中的各种关系，使工作生活有条不紊。

321

(5) 我的家人对我的工作很熟悉，因为我经常同家人谈工作上的事情。

321

(6) 由于经常有时间进行适当的运动和有规律的进食，我的身体非常健康。321

(7) 只要有空，我很愿意陪同家人一起消遣娱乐，如旅游、看电影等。

321

(8) 自我感觉在个人财务方面做得比较好。通常都量入为出，并会参加合理的保险和其他储蓄。321

(9) 我在社会上能够处理好各种人际关系。321

(10) 每年在工作非繁忙阶段，我都适当休假调节自己。321

(11) 我经常在家中教育孩子掌握时间管理和生活管理的原则。

321

(12) 我非常喜欢自己的工作，因为工作能够给我带来物质和精神上的需求。321

(13) 我明确知道生活中总的意义和目的，并且每天都完全按照自己的内心要求生活。

321

(14) 我能够自信、平静地应对意料之外的工作和家庭要求。

321

(15) 我会定期“充电”，增加自己的智慧，提高自我判断力，优化自己的观点。321

(二) 计分规则

将你所圈选的数字加起来就是你本测验的得分。

(三) 得分与评价

36~45 分：说明你有很强的生活和工作平衡能力，完全能够把工作、家庭、金钱和时间合理地组织起来，利用自己的智慧使其相互配合、相互促进。你不仅在其中的每一个方面获得自信和成就感，而且还从中获得一种日益强大的合力和推动力，对生活的总体满意度也将不断提高。

27~35 分：说明你较强的生活和工作平衡能力，能够利用各种社会资源将工作、生活、家庭维持在一个比较和谐的状态，平时没有明显的生活和工作的冲突，不至于为处理生活和工作方面的事情手忙脚乱、精疲力竭。

18~26 分：你对自己的工作与生活几乎找不到一个平衡点，偶尔通过努力也能找到短时间的平衡，但过一段时间后往往又会失去。你的生活有点乱，工作也不是很顺心，想把两者关系处理好有一定困难。

17 分以下：你的生活可能一团糟。你或者找不到工作，或者没有能力干好本职工作，或者处理不好家庭中各种事情，找不到生活和工作的平衡点。你整天忙忙碌碌，被生活和工作搞得焦头烂额。

## 训练专题 15 增强压力承受力

二、在压力下进取

销售人员必须在持续的压力下不断进取——他们必须接触潜在客户、完成销售额、满足顾客需求、填写销售报告、养活一家大小……

在压力下不断进取涉及对精神技能和生理技能的综合运用。

(一) 及时确认遇到的压力

要战胜销售倦怠，就必须在遇到压力时，能够及时予以确认，并且选择出让自己从感情上可以接受的应对机制。这是最为重要的“基本原则”之一，它能够保证正确的思想导向，从而让销售人员在日常遇到压力时，能够做出创造性的回应。

压力出现时，要学会对压力进行准确界定，要针对自己面对压力可能做出的习惯性心理、可能出现的身体和情绪上的反应，进行充分、细致的考虑。

通常，我们了解到一点新信息，往往就会在脑海中快速浮现最差结果，而这恰恰是促使倦怠性压力产生的一个主要因素。因此，对自己在压力处境下的即时反应进行充分关注是极为重要的。了解一条新信息时，如果总习惯性地想到由此可能产生的最糟结果，总习惯性地脑海中浮现所有令人痛苦的恶劣后果，再加上新的发展局势下，总爱固执地认定自己将要面对这些不良结果，那么，你就应该对这种习惯给予足够的重视，并有意识地努力改正这种习惯。

当然，这并不是说要“否认”这些可怕事实的出现。无疑，应该承认将要发生的一切。不要假装这种充满压力的局势并不存在，也不要欺骗自己，掩盖自己最初的情感反应。要找出哪些具体事件最能让你在脑海中形成强烈的负面影像，形成消极的场面；找出哪些具体事件最有可能让你感到局促不安，焦虑难耐。不要假装这些事件没有发生过，也不要有意弱化它们可能带来的消极影响，要时时提醒自己，在如何应对这些挑战方面，你确实有选择余地。

这种思想能避免自己钻牛角尖，避免形成有害的消极看法，能让自己有意识地做出一些努力，了解哪些事件可能会助长自己的顽固观点，了解哪些事件会导致身体和情绪上的一系列反应，从而最终加重自己的偏激行为。其实，通过对思维模式的改变，你最终能够改变自己的内心感受。

试着控制一下自己身体和情感的状态，试着把令人沮丧的画面转换成诸如“最好的结果”这样令人振奋的画面。通过这些方法，你可以在压力应对方面迈出第一步甚至是最为关键的一步：你会感受到越来越多的创造性压力，避免更多倦怠性压力的产生。

## （二）做一些体育运动，舒缓心理压力

工作之余做一些体育运动，可以驱走倦怠性压力，将其转化为创造性压力。在整个工作中，你都应找到适当的方式，对这一行之有效的规则身体力行，贯彻到底。

下面介绍的两个简单策略，应该时时牢记。

### 1. 通过身体状况的改变，调整自己的情绪

应对倦怠性压力的最有效途径，是有意识地做出一些对身体状况有显著影响的非常之举。例如，我们可以假想一下，你正忙着起草一份销售意向书，在你看来，这份销售意向的最终实现是你现在关心的唯一事项。但就在这时，你了解到有四个竞争对手也将向对方做出类似的销售承诺。因此，你感到极为不快。当你对这个令人不快的信息进行思考、加工处理时，应该克制住自己的冲动，不要轻易陷入焦虑和失望中。比如说，不要颓然地瘫坐桌前，两眼茫然地盯着电脑发呆。相反，你应该情绪高昂地站起来，欢快地拍打着双手，在办公室中若有所思地走动一会儿，头一定要抬得高高的，目光保持上视。不一会儿，你就会感到一种发自内心的显著的情绪变化。这样一来，你就有了一种良好的身心状态，并努力设想着可能出现的积极结果……随后，你就有可能起草出一份具有竞争优势的销售建议书，从而一举击败对手。

### 2. 白天做一点体育锻炼

如果有良好的设施，白天可抽空进行 10~15 分钟轻快的慢跑。如果不具备这一条件，可以与同事一起进行轻松愉快的散步。无论你选择什么运动，要确保一天之中能够通过某种方式改善一下心脏跳动的频率。

注意以下事项：特意进行一些能够获得“成就与突破”感的活动，从而把这种成功感移植、应用到生活的各个领域，比如可以进行一些身体素质的测试和体能测验之类的活动，以增强自己的成功感；要定期检查身体，保证充足的睡眠，注意合理的膳食营养，关注体重变化；对每天的身体锻炼要格外重视，务必保证每天至少活动一次。

## （三）换个观点看问题

如果发现自己正慢慢陷入压力之中，不妨从充满压力的艰难境地中退后一步，作局外观。问自己几个问题：这件事究竟如何重要？它至于让自己惊慌失措、沉不住气吗？它值得让自己去冒风险甚至付出生命的代价吗？

理智地想一想，在充满压力的艰难境地，哪些事情你能够改变，哪些事情你根本就无法改变。不要只盯着那些明显超出自己掌控能力的因素。相反，应该找出那些自己能够影响并能够改变的因素，然后再积极地努力，以改变这些不利因素和薄弱环节，找到一种应对压力的方法，从而进入下一步的工作。比如，在后半个月的某个时间，从自己已经建立一定联系的客户中找出一位，双方进行一次讨论，举行一次聚会等。

依据面临的不同压力，对不利因素及薄弱环节的改变也会有所不同，这可能表现为与客户公司内部的某个人通个电话，也可能表现为对自己一天的工作安排做些调整，还可能对某些具体行动设定不同的日工作目标。

#### （四）适当限制自己的能力范围

那些远离倦怠困扰的销售人员，都懂得为自己的职业生涯设定界限。要做到这一点，你可以遵照下面三个简易步骤进行。

##### 1. 学会拒绝，偶尔说“不”

没有必要让所谓的既定销售目标左右你每天、每周、每月、每季甚至是每年的工作安排，只有你本人才是掌控自己时间和精力和精力的真正主人，因此，也只有你才能对如何分配这些资源做出决策。当要对一个项目或销售投入大量的时间和精力时，你应该反问自己：在这一项目中，那些与你共事的人会为项目投入多少。要弄清楚对方愿意投入多少时间和金钱。

##### 2. 不要成为他人剧本中的角色

工作中，忘我地投入情感是无可指责的，真诚地融入团队工作当然也很重要。然而，这并不是说，你有义务要听他人向你滔滔不绝地发牢骚和抱怨，也不意味着你要容忍他人把不属于你职责范围内的任务强加给你。

##### 3. 学会把一些事情委托给他人去做

不同的销售组织，具有不同程度的行政及管理支持。即使在一个机构简单的销售组织中，老板也希望你能不断建立新的业务联系，约定新的业务面谈，争取好的面谈结果，而不会让你终日打印信件，忙于一些琐碎的事务。因此，如果你需要帮助，就直言不讳地说出来。向他人说出你所需要的帮助，看看他人会为你提供什么样的有益帮助。

#### （五）将复杂的事务归类管理

如果你通常的工作安排，根本没有任何计划可以遵循，工作计划大多也是随意而为，那么，你至少存在下列两种情形之一：（1）你推迟了不应延迟的重要的销售活动；（2）处处被动的工作牵制了你全部的精力，让你无法找到其他有效的解决方法。

摆脱这种压力四伏的职业陷阱的最好方法，是确立并严格遵守几个简单的时间管理策略。你应该为每天规划一份必须完成的任务清单，然后把相似的活动归在一起。请安排好一天的工作，确保自己有充足的时间进行业务拓展，有足够的时间进行日常事务的处理，确保留出一定的时间把积攒一天的传真一次性发送出去，确保能够按照预定的时间参加讨论、出席会议。当然，你也不能苛求自己分秒不差地处理好所有事情，这中间肯定会有一些中断和干扰，但意志坚定的人不会漫无目的地消磨时日，让自己一天的工作流于形式，没有收获。每一个销售成功的人士都表现出了极为坚定的意志和持之以恒的信心。

另外，不要让期限制约了你的计划安排，不要试图在一天的每一个时刻都同时进行“所有事务”，要确定自己的优先目标，并努力咬住目标，毫不松懈。你在任务表中列出的工作并不都是十分重要的，应该与哪些人员联系业务，应该对哪些电话即时回应，可以对哪些电话稍后回答，应该尽快完善哪些销售建议，所有这些问题，都应该做出理性的回答，千万不要阴差阳错地把别人的首要目标当成了自己的首要目标。

#### （六）营造良好的工作环境

营造一个良好的工作场所，对于保持工作时的好心情与克服倦怠有着重要的作用。销售人员要确保工作场所的环境能够激发最高的工作热情，不断提高工作的舒适度。如果做到了这一点，你就会发现，对工作环境的控制将有助于对压力进行管理，并且有助于把消极、负面的经历转化为积极乐观的体验。应该确保自己一进入办公场所，就有一种动力十足、一切尽在掌控之中的感觉。想一想，你能够轻松找到工作需要的所有物品吗？第二天的工作任务是不是已经清楚地列在了任务表中？任务表是不是总日复一日地放在同一个位置？电话是不是放在了随手可得的方便位置？你用的计算机系统能不能简单而快速地与公司的计算机系统连接？

对于以上问题的回答，肯定的答案越多，潜在的消极情境就越有可能转化为积极乐观的情境。销售人员要通过适当的步骤，提高自己对工作场所那种赏心悦目的“感觉”……这样一来，当你一踏入工作场所，开始一天的工作时，就会平添一种无与伦比的自在感。

#### （七）设法进入良好的销售状态

对销售人员来说，与倦怠性压力对立的一面是“进入良好的工作状态”。如果你曾有过“找到真正感觉”的体验，如果你在进行销售演示时，就已经意识到最终能够达成销售；如果你在与潜在客户进行第一次通话时，就已经预感到你们之间能够成功地商定第一次面谈；如果你在对业务洽谈会的状况进行评估时，就已经注意到自己具有的优势地位，认识到自己完全能够利用竞争对手的薄弱环节来取得业务的成功，随后你确实也紧紧地抓住了这一有利时机……那么，你就能够克服倦怠，进入良好的工作状态。

保持良好的工作状态，指的是对工作持有的一种毫不费力、心领神会、富有成效而又轻松愉悦的感觉。在良好的工作状态下工作，往往是你真正乐意从事的工作，是一种能够让自己专注投入的工作，能够真正使自己感到愉快的工作。这种工作不是为他人而做，当你进入良好的工作状态时，你其实就是在为自己工作。

有这样一个进入良好工作状态的事例。这一事例来自一位年长的销售人员。有一次，他去进行销售拜访，他所拜访的客户表现出了一些抵触情绪。

看着客户僵硬板直的姿态，听着客户对问题做出的含糊回答，面对客户直截了当的拒绝，经验稍微有些不足的人往往会下意识地做出防备性的辩解。作为一般销售人员大概会表情僵硬、不知所云地背诵一些东西：如产品介绍手册中的相关内容，我们公司比其他公司更具竞争优势的原因和理由，客户与我合作能够体验到的各种好处等等。然而面对这样的客户，上述应对策略往往是无济于事的。这位销售人员做出了与常人不同的反应。他目光中满含着诚挚的关心，望着客户，收起刚才还用来记录的笔记本和钢笔，真诚地说：“××先生，我看得出，现在确实出了点儿问题。通常，我与他人初次面谈时，如果面谈进展到这里，对方往往会决定再与我约个时间谈一谈，而您刚才告诉我，您不准备做出这样的安排。那么，××先生，在我向您介绍了我们公司可以提供的服务后，在我已经成功地向您这个行业中的几百位专业人士提供过我们的服务后，如果您确实还存在这样的疑虑，我想，问题不是由我们的服务引起的，而是与我的服务陈述方式有关。既然您说您对此毫无兴趣，那么，我敢肯定，我在今天的产品陈述过程中出现了极其严重的错误。因此，我想请您指出我到底在什么地方出了错，好吗？”

他的话语真诚朴实，毫无非难之意，他既没有流露出丝毫紧张，也没有再去赘述那些枯燥的事例和数据。他显得自然、放松，认真地注视着对方，显得极为关切。

面对这样一番陈述，客户的姿态马上变了。他的神情比先前专注了，正了正身体，看着销售员说出了这样的话：“销售员先生，问题并不在你这儿，都是我自己的事儿。我们的预算已经冻结了，但我非常希望能够与你合作。遗憾的是，从现在起，至少要三个月后，我们才能有这样的合作机会。”这位销售人员马上又忙着记录起来。不到20分钟，他就谈妥了这笔销售业务：按照客户的安排，在下个季度的开始，就可以向客户开出交易的发票了。

这位销售人员没费吹灰之力就挽救了这笔濒临流失的销售业务，而且，这样的情形还可以被数以百计地复制，但一定要记住，最重要的是，如果稍一紧张，一切就没有效果了。要使之生效，销售人员就必须进入良好的销售状态。这种进入状态的工作，并不意味着要使用咄咄逼人



的强势销售策略和所谓的复杂技巧，它强调的是搞清你所做的一切，而不必为下一步会发生什么过分担心。

#### （八）面对拒绝

“拒绝”是销售人员最常遇到的，也是销售人员最怕提到的一个字眼。许多销售人员都把遭受拒绝看作是压力增大的主要原因，看做是引起销售工作幻想破灭的因素之一。确实，对于销售岗位上的人来说，遭受拒绝完全可能成为引发倦怠的主要原因。但与此同时，这也许是推行应对倦怠性压力规则的最为重要的领域。

下面通过一个实际的例子来进行说明。如果你设定的目标是在未来三周内约定 15 次新业务的初次面谈，并且你还打算尽力通过与完全陌生的客户联系来实现这一目标，那么，你认为，在实现这一目标的过程中，会出现什么结果呢？

毫无疑问，你很难在打 15 个电话后，就能约定这 15 次面谈。销售目标能够百分之百完成的想法，只不过是天真的幻想罢了。永远不要指望给 15 个人打过电话，就能够约定 15 次面谈。同样道理，即使你实现了既定的目标，确实约定了 15 次初次面谈，那么，你也不要幻想着把这 15 次初次面谈变成 15 个积极主动的客户，或者通过这 15 次初次面谈会带来 15 份销售合同。

因此，销售过程中并不存在真正的“拒绝”一说。在销售领域，如果有人说：“不，谢谢。我今天不准备买你的东西。”这至多是一个永远也无法回避的，同时又可以作为统计数据使用的善意表示而已。它表明，现在的行动是正确的，也就是说，应该与足够多的客户商谈，以得到足够多的“不”的回答，从而让“是”这样的答复成为可能、变为现实。如果带着情绪，把这样的结果贴上“拒绝”的标签，那么，这既不会有帮助，也不会提供支持。

不要使用那些容易在日常工作中导致困惑和不良压力的术语，不要陷入“拒绝陷阱”！要选用其他适宜的词汇而不是“遭到了拒绝”来描述这种体验和经历。千万不要把这种经历变成一种纯粹的个人独有的感受和体会，更不要因此而惴惴不安。

相反，要用数据说话！看一看，通常多少个“不”会带来一次面谈，而多少次面谈能够促成一次销售。一旦你开始把这种“不”当作统计中必不可少的基础数据，一旦你开始注意自己所用的词汇，你就能控制住自己的情绪，从而能更好地把握住自己的职业。

#### （九）永不放弃

有效对付压力的第一要义是：永不放弃。你应该把这句格言铭记在你的心灵深处。

首先，天无绝人之路。生命中所遭受的一切终有解决之道，没有永远受诅咒的灾难，除非自己选择放弃。

其次，千万不要把放弃和接受混淆起来。如果不幸的事超出我们的控制之外时，我们应该依仗对生命的了解，鼓起勇气去接受它，以积极肯定的态度去面对问题。倘若可以尽人力去解决，那就去改变它；假如已经回天乏术，也无须沮丧，因为愤怒和忧心都不会使事情回转。

如果说一味地放弃是一种消极的做法，那么勇于接受结果则是一种真正的策略。

## 训练专题 16 情绪控制

情绪控制的能力是情商的一个基本的、不可或缺的重要组成部分。具备这种能力并不意味着你将失去情绪，而是指你会将情绪融入决策过程，融入你的行为之中。作为一名销售人员，你在事业上的起伏肯定会大于其他人，你会遭到拒绝，或者受到欢迎。你不可能控制这些事情，但是你可以控制自己对这些事情的反应，并因此控制自己的情绪。销售人员对情绪的控制能力在一定程度上决定了其销售事业的成败。

### 一、情绪控制的基本层面

区分情绪控制的基本层面，可以帮助我们采取不同的方式来控制情绪。

#### 1. 脱离情绪

有时，我们的情绪似乎太过于强烈或太过于痛苦，连自己都无法忍受。在这些情况下，我们可以选择对产生的情绪进行脱离。将自己和情绪分离开意味着我们只能了解和加工非情绪的信息，只去处理具体的信息和数据，这样就能保证我们专心致志地解决问题。

## 2. 逃避情绪

有时候，我们可以干脆躲开某件事，或者说不参与。例如，如果你知道自己在看电影的时候情绪会很强烈，那么你就可以不去看那些情绪强烈的电影，而是看那些传递出你可以接受的并且想要获取信息的电影。

需要说明的是，逃避情绪策略和其他任何情绪策略一样有其优点和缺点。如果一个人总是逃避所有情绪，生活就会变得空洞，整个人也会错过学习、成长和发展的机会。

## 3. 否定情绪

在经历了某件让你产生强烈情绪的事情之后，为了减少这件事对你的影响，你可以使用否定情绪的策略。

我们在很小的时候就学会了否定情绪策略，例如，父母总是教导小男孩要当“男子汉”，告诉他们“男儿有泪不轻弹”。实际上无论男孩还是女孩，小时候都被教导不要参与可以引起强烈情绪的任何事情。

做演讲也是如此。如果观众说了一些间接侮辱演讲者的话，我们常常会看到演讲者只是强迫自己笑笑，摇摇头然后继续讲下去。演讲者很有可能主动地否定或者排除自己的惊讶和气愤。这种否定情绪策略是否奏效取决于很多因素，最重要的是，演讲者必须了解这种语言攻击背后隐藏的情绪并对其传递的信息进行分析，即使不能当场做出有效的反馈，但可以有效避免情绪的爆发，保证演讲进行到底。

## 4. 重新评估情绪

另外一种可以降低情绪色彩的方法就是改变看待事情的态度。例如，如果要进行一次特别疼的体检，不妨把体检的过程看作是保持身体健康的方式，把自己的注意力集中在积极的一面上。看待情绪也是如此，我们将自己的情绪经历进行重新演绎，使其能够被当时的工作环境所接受。

## 5. 承认情绪

这是小说《飘》中女主角斯佳丽运用的一种策略。她的一句最著名的台词是“明天再说吧”，这是在小说结尾当斯佳丽站在门前必须面对死亡、毁灭和破坏时说的一句话。斯佳丽的策略同样适用于情绪控制——承认情绪的存在但是并不去解决问题。在你不得不考虑某件事情但是却不想及时处理时，就可以采用这种策略。你给出的暗示就是你和整件事情的情绪部分仍然保持关系，但是，你会迅速把自己从令你不开的环境中拉出来。

## 6. 融合情绪

我们了解了自己和他人的情绪，就可以将情绪和思维融合起来。如果我们感到伤心，想要开心点，我们就可以试着去接纳并控制自己及他人的情绪，这样做首先能够保证我们避免错过许多关键信息。融合情绪的步骤如下。

### 步骤 1：搜集信息

- (1) 你了解自己的情绪吗？
- (2) 你对情绪了解的程度如何？
- (3) 你经常体会到这种情绪吗？
- (4) 产生这样的感觉好不好？
- (5) 感觉的强烈程度如何？

### 步骤 2：分析情绪

- (1) 这种情绪的意义何在？
- (2) 什么原因引起你产生这种情绪？

### 步骤 3：因果关系

- (1) 真正的问题和原因是什么？
- (2) 问诸如“将会发生什么”之类的问题。

### 步骤 4：解决途径

- (1) 最好的结果是怎样的？
- (2) 可能采取什么样的行动？
- (3) 问一些假设分析的问题，确定不同选择的效果。

情商练习：写自己的情绪日志

研究人员发现，经常记录自己的情绪，对免疫系统以及处理棘手问题的方式有积极影响，甚至应对失业压力的方式也可以受到感觉和情绪记录的影响。

重要的是，并不仅仅是记录这种行为产生了积极的效果，具体地说，是由于你记录下了自己内心深处的感觉和情绪，并将其融入了对产生这些情绪的情况的思维之中。一篇好的记录情绪的作品应该包括下面几个元素：

- (1) 积极情绪词汇的使用比较频繁；
- (2) 消极情绪词汇的使用比较适中；
- (3) 使用表示因果关系的词汇或短语（如：使你、导致你……）；
- (4) 使用表示领悟的词汇或短语（如明白、意识到）；
- (5) 最好每天记录 20 分钟；
- (6) 不间断地记录；
- (7) 写的过程中不要停下来思考或者考虑怎样措辞；
- (8) 不要校订你的记录；
- (9) 使用积极的、表示因果关系的和有深刻见解的词汇或短语。

你应该记录什么内容呢？这其实并不重要。你可以写让你感到放松或让你走进自己情绪和思维最深处的任何事情。

除了写日志，你还可以写信给朋友或者想象中的人物，你不需要真的把信件寄出去。你还可以写新闻稿或者报告一简而言之，选择一种最适合自己的方式。

延伸阅读：通过锻炼控制情绪

心理学家发现，锻炼是恢复人生中情绪平衡的一种很好的方式。如果你发现自己感到紧张、易怒、沮丧或者被任何情绪淹没，你可以尝试进行有规律的运动练习。例如，每周至少做 3 次有氧锻炼，每次 20~30 分钟。比较合适的有氧锻炼包括竞走、跑步、骑自行车、游泳、打篮球、踢足球等等。

此外，绕着小区走走、爬几节楼梯、在办公室里散散步都可以让你恢复平静的心情，使你的精力更充沛。要让自己的经历在短时间内得到补充，最简单的方法就是喝杯咖啡、可乐或者吃块糖。这些方法是有作用的，不过时间一长就不那么有效了。当然，在制订锻炼计划之前，你最好征求医生的意见。