

哈佛销售课

作者：庞夕同, ePUBw.COM

本书由“ePUBw.COM”整理，ePUBw.COM 提供最新最全的优质电子书下载！！

封面

□

本书由“ePUBw.COM”整理，ePUBw.COM 提供最新最全的优质电子书下载！！

前言

近年来销售类书籍在市场上颇为畅销，以至于一时间销售成为一种时髦的学问。

在销售界流行这样一句话：“要想推销好产品，就要先把自己推销出去。”本书不单单讲述了销售产品的技巧，还告诉你如何推销自己，以让更多的人认可你的才华，让你在推销或者职场中脱颖而出。

本书经常会提到两句话，这两话虽然表述不同，但是大意一致：“现代社会竞争日益激烈，想要在竞争中脱颖而出，就要做到……”，“做到……可以拉近你和顾客之间的关系，让顾客接受你，把你当做朋友，进而使销售更加容易。”这就是推销自己的关键所在。

销售最重要的，其实就是和顾客搞好关系，然后达到自己销售的目的。有位成功的推销员说：“推销成功的同时，要使这位客户成为你的朋友。”由此可见，一个成功的销售员，应该为顾客着想，站在顾客的角度考虑问题，解决顾客的真实需求。而有付出就会有回报，当你满足了顾客的需求时，你也就保住了这条人脉。久而久之，你的朋友就会越来越多，你也就再也不用担心自己的业绩了，因为你已经将销售上升到了一个新的高度。

推销自己，不仅仅适用于销售与职场；我们的生活也像推销，只有懂得推销自己，才会更容易实现理想，才能离成功更近。

不管你是一名在校的大学生，还是一名正需要这本书的销售员，或者是一位成功人士，当你读到这本书的时候，我想我们都是朋友，是在面对面地作一次交流，是在一起分享成功的经验、收获的喜悦，也是在共同体过去失败的滋味。

编者想通过借鉴历史，参考国内外的案例，帮助销售行业的朋友们学习或者培养成功的销售员应该具有的职业素养、职业态度、专业技巧以及专业能力。假如你是一名在校大学生，这本书对于你将来走向社会、为人处世会有很大的帮助；而如果你已经功成名就，就请和编者一起给那些为了理想而奋斗的朋友们点亮一盏航标灯吧。

一个渴望成功的人，找不到成功的路，是最可悲的事。但是，成功的路又有千条万条，又怕找不到适合自己的路。鲁迅先生曾说过：“世界上本来没有路，走的人多了，便成了路。”但是，走成功之路却很难去走前人踩出来的康庄大道，他们的做法对你来说只能是一种借鉴，在你遇到问题的时候向你提供一种可贵的经验。要想获得成功，实现自己的理想，展示自己的才华，体现自己的价值，只有结合自身情况去开辟一条属于自己的成功之路才是正途。因此，对于本书中提到的各位成功人士的案例，切忌生搬硬套，要注意结合自身情况，灵活运用，合适的才是最好的，技巧也是如此。

编者一直在强调“拉近与顾客之间的关系，让他接纳你、信任你……”，因为现如今已不是单枪匹马闯天下的时代了，每个人都要通过与人合作来生存，人际关系已经成为影响一个人成功与否的最重要的因素。拥有广泛的人脉，就拥有了无穷无尽的财富。在销售行业中，顾客就是上帝，是每个销售员的衣食父母，你必须要和顾客搞好关系。那应该怎样去做呢？本书会给你提供你想知道的经验和案例，告诉你

怎样培养所需的能力和素质，只要你根据自身的特点，去制定一套适合自己的方案，你就可以成功！

要懂得如何带给顾客良好的第一印象，该持有怎样的态度去与顾客沟通交流，怎样通过沟通技巧抓住顾客内心的真实需求，如何培养良好的口才，如何赞美顾客，该怎样耐心地倾听顾客的倾诉……而更多的是要学会怎样为自己创造个人品牌，提升自己的价值，成功地推销自己。

成功并不困难，只是我们没有找到适合自己的成功之路。请记住，每个人都不是天生的成功者，成功者都是通过自身的努力，开辟出一条适合自己的成功之路，一步一步走向成功的。而对于我们来说，确定了目标就开始行动吧。

感谢所有对本书出版作出过努力的朋友，尤其是我的好朋友王博，为本书提了很多很好的建议，没有你们的帮助和关注，就不会有这本书。在此，特别感谢！

本书由“ePUBw.COM”整理，ePUBw.COM 提供最新最全的优质电子书下载！！

第一章 先推销你的形象，再推销你的产品

穿着打扮是销售员最好的“介绍信”

销售行业向来以貌取人，穿着打扮品位好、格调高的销售员往往占尽先机。然而这并不意味着打扮得越华丽越好。对推销员来说，最重要的是打扮要得体，这样才能得到顾客的重视和好感。所以销售员首先要注意的就是自己的装束。

著名的推销大师弗兰克·贝格曾说过：“外表的魅力可以让你处处受欢迎，不修边幅的销售员给人留下第一眼坏印象时就失去了主动。”

著名的英国作家莎士比亚也曾经说过：“一个人的穿着打扮，就是他的教养、品位、地位的最真实的写照。”在日常工作和交往中，尤其是在正规的场合，穿着打扮的问题正在越来越引起现代人的重视。从这个角度来讲，服饰礼仪是人人需要认真考虑、面对的问题。

克里是一名出色的销售员。在一次技术交流会上他结识了一位经理，该经理对克里公司的产品很感兴趣，两人约定了时间准备再仔细商谈一下。不巧的是，约定见面的那一天天公不作美，下起了大雨，于是克里就穿上了防雨的旧西装和雨鞋出了门。

克里到那家公司以后，递出了名片，要求和经理面谈，过了将近一个小时，克里才见到了那位经理。克里简单地说明了来意，没想到前几日表现出巨大兴趣的经理此时却态度冷淡地说：“你跟负责这事的工作人员谈吧。我已跟他说了你的来意，你等会儿过去吧。”结果显而易见，克里和这家公司并没有合作成功。

这种遭遇对克里来说还是第一次，在回家的路上他反省着：“是哪个地方做错了呢？今天所讲的内容是跟平常一样的呀，怎么会这样呢？”他百思不得其解。

可是，当克里经过一家商店的广告橱窗，看到自己的影像时，他立刻明白了自己失败的原因。克里平日都穿得干净、潇洒并且神采奕奕，今天却因为下雨穿着旧西装还有雨鞋，看着就像一个街头落魄的流浪汉，哪里还能成功地推销啊！

同样一个人，服装搭配不同，给人留下的印象则完全不同，对交往对象产生的影响也不同。在特定环境下，每个人的衣着会表达出内心的要求，衣着搭配是每个人形象的延伸与具体化。

荷兰有位营销专家做过一个实验，他本人以不同的打扮出现在同一地点，看会有怎样的区别。当他打扮成无业游民时，接近他的多半同样是无业游民，或是来找火借烟的流浪汉；当他以绅士模样出现时，无论是向他问路或问时间的人，大多彬彬有礼，都是绅士阶层的人。看起来在销售的交往中，人们需要选择与环境、场合和对手相称的衣着搭配。

服饰不一定要时尚或者昂贵，合适的衣着搭配，在于它是否与你的身份、年龄、体形、气质、场合等相协调。正如著名哲学家笛卡尔所说：“最美的服装，应该是‘一种恰到好处的协调和适中’的服务。”

如果你在第一次约见客户时就穿着随便甚至脏乱邋遢，那么你此前通过各种渠道建立的良好客户关系，可能就会在客户看见你的一刹那全部化为乌有。此时，你要想扭转客户对你的恶劣印象，就需要在今后的沟通过程中加倍地努力。更糟糕的是，有时不论你付出多少努力，客户都会被第一印象左右，而忽视你的努力。

在选择衣着时，销售人员应该注意：不论什么服装都必须整洁、明快，而且搭配必须和谐。为此，销售人员实在有必要留意生活中气质不凡的上司或同事的穿着打扮，以及比较专业的杂志或电视节目中关于这方面的内容。千万不要为了追求潮流而把自己打扮得不伦不类，也千万不要让自己看着很邋遢。

怎样才能很好地搭配呢？提供以下生活中衣着搭配的三大原则。

1. 时间原则

时间既指每一天的早、中、晚三个时间段，也包括春、夏、秋、冬四季，以及人生的不同年龄阶段。时间原则要求着装要做到随“时”更衣。

2. 地点原则

地方、场所、位置不同，着装应有所区别。特定的环境应配以与之相适应、相协调的服饰，才能获得视觉和心理上的和谐与美感。

3. 场合原则

不同的场合有不同的服饰要求，只有与特定场合的气氛相一致、相融合的服饰，才能产生和谐的审美效果。

特别强调，正式场合应严格遵守穿着规范。比如，男子穿西装，一定要系领带，西装应熨平整，裤子要熨出裤线，衣领袖口要干净，皮鞋要擦亮等。女士不宜赤脚穿凉鞋；如果穿长筒袜子，袜子口不要露在衣裙外面。

总之，为了在营销工作中给顾客留下好的第一印象，销售员的形象尤为重要。

培养良好的气质，第一眼就赢得客户的信任

与穿着搭配相比较而言，对于推销员更为重要的是内在的气质和修养。要注重文化修养，培养自己优雅的气质，这样的推销员才能被顾客接受和信任。

一个具有良好气质的人，更容易与人沟通和得到他人的认可。特别要指出的是，销售员千万要克服江湖习气，否则，顾客会认为对方是江湖骗子而严加防范，致使推销产生困难。

气质是指人相对稳定的个性特征、风格以及气度。性格温和、举止端庄的人，气质则表现为恬静；性格开朗、温文尔雅的人，多显出高洁的气质；性格爽直、豪放的人，气质多表现为粗犷……无论恬静、聪慧、高洁，还是粗犷，都能产生一定的美感。相反，刁钻奸猾、孤傲冷漠，或卑劣萎靡，除了使人厌恶以外，绝无美感可言。

杨澜是当今中国最出色的女性之一，她集美丽、聪慧、优雅、知性等气质于一身。杨澜有很多高明之处，其中之一就是“气质穿衣法”。该法能很好地展现一个人的气质。杨澜既有职业女性的端庄优雅，又不失年轻女性该有的活力与时尚。她的衣服并没有很多特殊的设计，但是穿在她身上却非常得体，光彩照人。如果说穿衣让杨澜显得好看，那么她的举止无疑给这“好看”二字注入了灵魂。很明显杨澜是受过专业礼仪指导的，她的一举一动都可圈可点。

气质美看似无形，实为有形。它是通过一个人对待生活的态度、个性特征、言谈举止等表现出来的。杨澜的举手投足、走路步态、待人接物的风度，皆显示出她的气质。她的成功在一定程度上，与她优雅的气质是分不开的。

气质美首先表现在内心世界丰富上。内心丰富包括很多方面，拥有理想则是内心丰富的一个重要方面。理想决定人生的目标，产生奋斗的动力，没有理想就没有追求，内心空虚贫乏，就谈不上气质美。品德是气质美的另一重要方面。为人诚恳、心地善良是不可缺少的；还要胸襟开阔，内心坦然；此外，文化水平也在一定程度上影响人的气质。

朋友初交，互相打量，有气质的人立即给人产生好的印象；反之，没有气质的人，无论衣着多么华丽，也不会给人好的印象。

在纽约一次宴会上，有一位妇人刚获得一笔不菲的遗产。她似乎急于想让人们对她留下一个美好的印象，就花重金买了貂皮外衣、钻石和珍珠首饰，并将这些一一“罗列”到了自己的身上。可是男士们觉得她那副雍容华贵的打扮并不那样赏心悦目。因为她根本没有注意到自己脸上的表情，是那么的刻薄、自私。

男士们所关注的更多的是女士们所表现出的那种气质和神态，而不是她们身上华丽的衣着。女士们亦然。

销售员的气质一般表现在如下方面。

仪表 仪表礼仪很重要。一个长相讨人喜欢的销售代表自然容易给客户留下深刻印象。

善于交谈 优秀的销售员往往是一个懂得交谈的人，他可以针对不同的客户进行不同的交谈。顾客购买你的产品，一方面也是因为他被你的语言魅力所感染。

谦和 和气才能生财，如果一个人总是一副趾高气昂的态度，那么在作陌生拜访的时候岂不是要把客户得罪干净？

欲望和斗志 一个销售员能时时刻刻像老板一样去工作，在面临拒绝和挫折的时候要有坚忍不拔的毅力、强烈的进取精神，要有坚定的决心和成功的欲望。

勇气与自信 有了自信也就有了勇气。当你面对顾客的时候，你要表现得比顾客更专业、更优秀，这时候你肯定不会有胆怯的感觉。尤其是初涉销售行业的人员，很多时候都是由于不自信而放弃了推销。

内在的气质修养与外在的衣着搭配是相得益彰的，良好的气质搭配上得体的衣着，会使得你在人群中脱颖而出。

微笑是销售最亮的招牌

微笑来自内心感情的流露，在交往中给人一种亲切、随和、友善的感觉，发自内心的笑容是很重要的。当然，微笑也要掌握分寸，不宜过度，淡淡一笑，微微点头，就可以让人感觉到真诚。一个完美的微笑，常常可以让对方对你产生好感，为销售活动顺利进行作好铺垫。

微笑不用花钱，却永远价值连城。对我们每一个人来说，微笑轻而易举，却能照亮所有看到它的人。流露出自然而甜美的微笑，给人一种亲近、友善、和蔼的感觉，让人在心中留下美好难忘的印象。不仅仅营销如此，在生活中，微笑也无比重要。

微笑的魅力，比我们想象的还要大，甚至当我们对不喜欢的人微笑时，微笑都会给他送去“你喜欢他”的错觉。

对于销售员来说，总是面带笑容，就是多了一笔巨大的无形资产。即使你的笑容不是那么阳光灿烂，那也不重要，重要的是你时常保持着微笑。在日常生活中，没有人会对一位终日愁眉苦脸的人产生好感；

反之，一个经常面带微笑的人，往往也给他身边的人带去快乐，这样的人往往很受欢迎。在一般情况下，如果你对别人皱眉头，别人也会皱眉头回敬你；如果你给别人一个微笑，别人就会用更加灿烂的微笑回报你。神奇的是，有时回报微笑的不仅仅是他人的微笑这么简单。

有一天，编剧黛丝走到家门口时，她发现一个持刀的男人正恶狠狠地盯着自己。黛丝灵机一动，微笑着说：“朋友，你真会开玩笑！是推销菜刀吧？我喜欢，我要一把……”边说边让这个陌生男人进了屋，接着说：“你很像我过去的一位好心的邻居，看到你真的很高兴，你要咖啡还是茶……”

本来脸带杀气的男人慢慢变得腼腆起来。

他有点结巴地说：“谢谢，咖啡……谢谢！”

最后，黛丝真的买下了那把明晃晃的“菜刀”，陌生的男人看着钱迟疑了一下走了，在转身离去的时候，他说：“小姐，你的微笑救了你的命，更重要的是它将会改变我的一生！”

黛丝小姐的微笑逆转了一起可能发生的抢劫案，更有趣的是这位陌生的男人，后来真的做了一名菜刀销售员，再也没有做过任何违法的事情。

那么，当销售员面带微笑面对顾客的时候，我想顾客应该会很乐意听他讲述他的产品。

原一平在日本寿险行业，几乎无人不知。原一平的一生充满传奇：他曾被乡里公认为无可救药的小太保，后来他在日本保险业连续15年保持业绩第一，被称为“推销之神”，而他的微笑亦被评为“价值百万美元的微笑”。

原一平在做推销员最初的七个月里，连一分钱的保险也没卖出去，没有分文的薪水。为了省钱，他上班不坐电车，中午不吃饭，晚上睡在公园的长凳上。但他依旧精神饱满，每天清晨五点起床从“家”徒步上班。路上他会不断微笑着和行人打招呼。

原一平的微笑与快乐，感染了一位经常遇见他的绅士，绅士邀请他共进早餐。尽管他饿得要死，但还是委婉地谢绝了。绅士在得知他是保险公司的推销员后，随即签下了一份保单。至此，原一平终于获得了他职业生涯中的第一张保单。惊喜总是不断，该绅士是一家大酒店的老板，他帮原一平介绍了不少业务。从此，原一平的命运彻底地改变了。他成了日本历史上最出色的保险推销员，而造就这一切的很大一个原因就是原一平的微笑。

在拜访客户的时候，如果你带着微笑进门，它可以让你省去很多程序性的介绍和麻烦。它还将改变客户的心情，帮你制造出与客户交流所需要的和谐的气氛。微笑就像3月的阳光，能融化堆积在人们心灵上的冰雪。对于推销员来说，微笑是一张心灵的名片，必不可少。你呈递给客户的第一张名片如果是笑容的话，那你的客户将会给你一个灿烂的业绩。

从来礼多人不怪，热情友好是销售最大的筹码

一个好的销售员，除了要注意自身衣着、口吻和体态之外，同时还应该注意自身的礼仪修养。职场中绝对是讲究“礼多人不怪”的。“礼”可以解释为“礼貌”、“礼数”、“礼仪”。彬彬有礼的行为对于你的销售工作会起到极大的帮助作用。

说到“礼多”，并非怂恿大家行贿送礼，败坏社会风气，而是指在与人沟通交流方面注意礼貌，注重自身的礼仪规范。发明“销售关键语理论”且在推销教育上享有盛誉的美国推销专家费拉曾经说过：“有些顾客对推销员很冷淡，好像故意要在双方之间设立障碍。其实，这个问题的症结，八成是在推销员。根据我的经验，我敢断然地说，这是由于身为推销员的你，在推销礼节上有某些缺陷所致。事实上，缺乏推销礼节会成为阻止你与顾客融洽交谈的一堵厚墙。”从费拉的话里不难看出这位资深的推销专家对礼仪的高度重视。那么我们到底应该怎么做呢？

首先，要善于倾听。善于交谈的人一定善于倾听，在与顾客的交谈中多听顾客的想法，有助于销售员了

解更多的客户信息，亦有助于建立与客户的相互信任。

其次，要保持轻松。在和顾客的交谈中，一定要以轻松自如的心态进行，过分紧张会导致你看起来不可信。

最后，不要抱怨。在与顾客的交流中，应避免抱怨，无论是对自己的雇主还是公司。抱怨会对自己和公司形象造成损害，也没有人喜欢满腹牢骚的人。

人们对礼貌的感知十分敏锐，作为一名销售员应该善于运用礼貌语言。有时，即使是一个简单的“您”、“请”，都可以让他人感到一种温暖和亲切。

除了礼貌之外，热情是销售工作中很重要的一种态度。销售人员的工作经常被人称做是“热情的传递”。假如你对自己推销的产品充满热情，充满信心，那么这种热情就能感染他人，从而使你的客户感受到你的这份热诚并接受它。

众多看似才能平平的销售员，居然比那些天分较高的销售员创下更好的成绩，这是为什么呢？原因很简单，就是因为他们拥有无比的热忱，并且付诸行动。因为他热衷于自己的推销，那种热忱自然而然地感染了顾客，使顾客在不知不觉中产生了购买欲望。

销售员不能销售出去商品，是因为他没有把自己销售出去——你自己的内心冰凉且满怀疑虑的时候，你不可能引燃别人心中的热切之火。

销售员必须充满热情。如何让自己充满并且保持热情呢？在这里提供两种可以借鉴的方法：一是要了解自己的产品，二是相信自己的产品会给客户带来许多好处。

人们做事说话一般先从自己的情感出发。我们知道，你越是喜欢自己的工作，你就越在乎它。如果你对公司产品和服务都很在意，那你就会从心里在意你的客户；一旦你真心在乎你的客户，你就会悉心地帮助客户作出明智的选择，那么客户必将满意你的服务，从而为你带来更多的潜在销售。

美国一家汽车商要招聘一名推销员。前来报名的应试者中，许多人不仅仪表堂堂，而且学历很高。但也有并不是很出色的应试者，其中就有一位身穿粗布工作服，脚着一双帆布运动鞋的大个子，他叫杰姆。杰姆的外貌和经历都不表明他能做好推销工作，因此他在一开始就处于劣势。

然而，杰姆却接到了录用通知。他简直不敢相信自己的耳朵，会不会是考官们搞错了呢？当然不是。考官们决定录用杰姆，就是因为他一进门，见到陈列室的汽车，就大声说：“说真的，我从心里想把这些汽车卖出去！”他的热情打动了考官。

态度甚至成为区别优秀和一般销售人员的重要因素。其实不但是销售，在生活中的各个领域都是如此。能让人们经常想起的往往是身边快乐热情的朋友，因为他们热情洋溢、面带微笑、积极乐观，因为他们可以把他们的热情传递给每一位朋友。

那么，让销售员对自己的工作具有热情与自信的方法有哪些呢？下面几种方法不妨一试。

1. 养成坐到前面的习惯

开会的时候，后排的座位往往先坐满。大多数人喜欢坐在后面，或许是因为不愿意让自己太显眼。但是这种态度会让他显得畏缩不前。在别人看来，这就是缺乏自信。

2. 养成交谈时凝视对方的习惯

交谈时凝视对方，既是出于礼貌，也等于在告诉对方：我对你说的话，完全相信；同时我没有恐惧感，我对自己充满信心。

3. 走路速度比别人快

心理学家说，一个人改变动作的速度，就能把自己的态度连根改变。走路比一般人略快的人，等于告诉自己说：我有事情要做，并且我会尽快做成功。

4. 主动发言

你必须养成在会议上主动发言的习惯。主动发言，能吸引大家的注意力，也能引起别人与你交流的欲望。

5. 大方、开朗地微笑

当你微笑时，请别忘了要大方、开朗。因为这样的微笑，可以吸引对方并博得好感。学会把热情和友好带到工作中，那么工作将会给你带来无穷的乐趣。

在推销中不妨多用身体语言表达

你的动作是极为丰富复杂的符号，它不仅代表销售员本人的修养，也会在客户的心里留下一种相应的印象。

我们会用三种方式与人交谈：语言、声音和肢体语言。加州大学洛杉矶分校的阿尔伯特·梅拉宾的研究表明，人只有7%是用语言表达，38%是用声音完成，而通过用肢体语言进行表达的部分占到了55%。由此可见，注意我们的肢体语言是很重要的。

绝大多数人对自己的肢体语言完全没意识，只是自然而然地做出举动，是对大脑在某个特定时刻里潜意识的自动迎合。然而，只要有正确的信息和稍加练习，我们就可以训练自己克服消极的身体语言习惯，发挥它的优势。

与人交谈时双方距离的远近，会在对方心里产生相应的距离印象。对于不熟悉的人，距离太近会让对方感觉自己的私人空间被侵犯；太远，则容易产生疏感。通过调查发现，在与不熟悉的人交谈时，与对方保持半米的距离最为合适。

除了距离之外，你的姿势也很重要。要注意防止不友好的姿势，譬如：双手插在口袋里，双臂交叉抱在胸前，等等。另外，在交谈中我们要注意：不要在一句话的结尾处改变音调。这种语调会让人误以为你信心不足。在任何场合，我们和别人进行交流时都要注意，不要把不礼貌、不友好的信息传递出去，尤其是销售人员，也许你的一个简单、随意的动作，会影响你的整个工作的进行。肢体语言的表达一定要从小处着手，努力改变不良的姿势。在日本，商场很重视职员的行为动作。有的百货商场对职员的鞠躬弯腰都有具体标准：欢迎客户时鞠躬三十度，陪客户选购商品时鞠躬四十五度，对离去的客户鞠躬四十五度。客户会非理性地把这种印象迁移到销售员所代表的公司上。

因此，肢体语言表达得当与否，与交易是否可以完成关系极大。那么，什么样的姿态是得体的，而什么姿态又犯了大忌呢？

首先，直立的姿态会显得有自信。两脚分开，与肩同宽会使人觉得你很可靠。胳膊自然下垂，置于身体两侧，手指静止，可以使你看起来自然和轻松。

其次，与人沟通时，头要端正并且不要乱动。通常，我们在倾听时会点头，表示赞同。但是要注意场合，有时候点头是一种看起来并不好的习惯，因为它显得比较生硬。

下面列举销售员经常出现的几种不良肢体语言，可以引以为戒。

双手抱胸。这个动作会令对方觉得你是在抗拒，心里不相信对方的话，是一种不服气的态度。不仅如此，经常不自觉地双手抱胸的人在人群中会被排斥。除了在和别人相处时格格不入外，甚至还会加重自己的疑心，变得过于固执。

眼现“三白”。这是指并没有正眼注视对方，而是由下往上看，而且眼睛是向上吊着的，在眼珠子的左、

右和下方都能见到眼白，此谓“三白眼”。与人目光正视代表诚意、正直与信心坚定，而眼现“三白”却代表叛逆与不屑。在销售过程中出现如此的眼神，客户怎么会觉得舒服，又怎么会接受你的建议呢？

没有说话嘴乱动。除非有话要说，否则你的嘴巴还是闭着为好。千万不要出现没有说话而嘴唇却上下振动，更不要出现自言自语或是无语露齿的模样。这样会令正在说话的对方分神，那么想要博得对方的好感就很困难了。

跷二郎腿。在行为学上，坐时跷着二郎腿虽然代表信心坚定，但是容易显得自夸，说起话来让人觉得你是夸大其词且不着边际。如果给客户这种感觉，当然很难取信于人，更不用说提高销售率了。

总之，不只是我们的语言才能表达自我，我们的肢体和动作也在传递信号。当别人和我们当面交谈的时候，他们看到的你的肢体动作与你说的话同样重要，甚至会更加重要。所以，肢体表达是销售人员必须掌握的一门学问。

真诚和藹是销售员最基本的素养

一个和蔼可亲、开朗爽直的销售员，会激发顾客购买商品的兴趣。相反，一个内心阴暗的销售员会让顾客感到反感。销售员与顾客的关系越融洽，越能取得顾客的信任，越对改变顾客的拒绝态度有利。

中国有句俗语：“精诚所至，金石为开。”优秀的电影作品能够让人潸然泪下，除了情节感人之外，很重要的一个原因就是表演者的真诚。营销行业更需要真诚。

不诚实的销售员可能得意于一时，却不能得意于一世。每个人都有基本的分辨是非的能力，花言巧语只能欺骗少数人，多数人并不会上当。所谓真诚就是要有真实的情感和诚恳的态度。

有一次，一位中年妇女走进乔·吉拉德的展销室，说她想在这儿看看车，打发一会时间。吉拉德便和她闲聊了起来，在闲谈中，吉拉德得知她想买一辆白色的福特车，因为她的表姐开的就是这种车。但对面福特车行的推销员看到她开了部旧车，以为她买不起新车，便让她一小时后再去，于是她就先来吉拉德这儿看看。接着，女士告诉吉拉德今天是她55岁生日，吉拉德对女士说：“生日快乐，夫人！”同时吉拉德告诉她，自己的展销室里有一种双门轿车也是白色的。此时吉拉德的女秘书送来一打玫瑰花，吉拉德将花和自己的祝福送给了那位女士，她很受感动。

“已经很久没有人给我送礼物了。”女士说，“对面福特车的营销员说他要收一笔款，于是我就上这儿来等他。其实我只是想要一辆白色车而已，只不过表姐的车是福特的，所以我也想买福特车。现在想想，不买福特的也可以。”最后她从吉拉德这儿买走了一辆雪佛莱。吉拉德都没有劝她放弃福特而买雪佛莱，只是因为她在感到受到了重视，于是放弃了原来的打算，转而选择了雪佛莱。

真诚而不贪婪，这是销售员的首要准则。当你予人好处之时，影响就会像旋风一样越来越大，你的财运就会越来越旺。

如果你想使人觉得你和藹可亲、平易近人，那么就要做到以下这些。

鼓励别人谈论自己。这样可以获得对方更多的信息，“您觉得……如何？”询问对方意见并注意倾听对方回答，你能使人觉得他们的经历得到了你的认可，会让人觉得你很在乎他们。

从心底产生兴趣。对别人感兴趣的话题产生兴趣就能建立良好的关系。在意别人的偏好并建立共同之处很容易进行深一层的交流。

记住对方名字。这一点很重要，人的名字对人来说非常重要，交谈时称呼对方名字表明你很尊重他们。这不仅使人觉得自己非常重要，而且还会使他们对你产生好感。

销售员的个人形象细节误区

在家人或者熟悉的朋友面前，不注意细节，没人会在意。但在与顾客洽谈生意或者在公共场合，你的行为则必须合乎规范，也就是符合社会所认同的礼节标准。否则会被认为是失礼，这不仅贻笑大方，而且会影响你的正常商务活动。

有人曾经说：上天不会给你第二次塑造美好的第一印象的机会。

在上面的几个章节里，我们所说的就是为了塑造美好的第一印象，“千里之堤溃于蚁穴”，可能我们精心准备的一切会毁在一个细节上。注意自身的细节也是一个好的销售员必不可少的修养。

与客户交流的过程，某些细节可能转变他对你的整体看法。在交易过程中，客户往往不都是持理性的心态，你的表现是决定他对你的产品态度的首要条件。

所以对细节的处理，有时会影响整个交易。有句话说得好：“认真做事只是把事情做对，用心做事才能把事情做好。”用心做事，就是在做对的基础上注意细节。在这个细节制胜的时代，被忽视的细节甚至会导致你之前的努力付诸东流。

与客户交流时甚至在日常生活中就应该有意识地注意如下细节问题。

当着顾客不要打哈欠，当着顾客不要抖动双腿，当着顾客不要掏耳抠鼻、剪指甲；在餐桌上剔牙不要乱吐；在社交场合不要搔头皮，不要随地吐痰；喊顾客时要注意用语，不要用“喂”。

其他应注意的细节还有如下一些。

头发要精心地打理和梳洗。耳朵内保持干净。眼角不要有分泌物。鼻毛不可以露出鼻孔。牙齿要干净，口腔无异味。胡子要刮干净或修整齐。双手保持清洁，指甲要修剪整齐。服装要得体，要熨平整，西装的上面第一颗纽扣需要扣住；上衣口袋不要插着笔，两侧口袋最好不要放东西，如香烟和打火机等。鞋袜须搭配合理，不要太华丽，皮鞋要干净。使用品质优良的名片夹，取出名片时要落落大方。要精心准备商谈时用到的笔记工具，要能随用随取，避免随便找一张纸记录信息，显得对人不尊重。

本书由“ePUBw.COM”整理，ePUBw.COM 提供最新最全的优质电子书下载！！

第二章 先认清自己，再推销最好的自己

推销自己最重要的一堂课——认识自我

《孙子·谋攻篇》说：“知己知彼，百战不殆。”可是，人最难认识的不是别人，而是自己。而且，“一个人最大的敌人莫过于自己”，我们想要取得成功，就要超越自己。战胜这个最大的敌人，第一步就是要认识并了解自己。

大多数人并不能正确地认识自己，对自己要么是估计过高，要么是估计过低。比如，在学识水平方面，有人对自己的认识就不够准确。对于自己的性格趋向，人们同样不是强调优点，就是强调缺点。尤其是一些自负或者自卑的人，更不能正确地认识自己。因此，我们每个人都有必要经常审视自己，尽力求得一个对自己较客观的认知。

没有镜子就很难看到自己脸上的污点，就很难发现自己的优势和找到自身的不足。生活中充满浮华躁动，自我认知能力显得尤为重要。这种能力还可以让人客观地分析自己与外部世界的关系，较准确地判断自己的优势和不足，从而为自己准确定位。

李嘉诚少时生活拮据，经历过很多磨难。

早年，他曾在香港的茶楼里做侍应生。穷困对李嘉诚来说并没有那么可怕，他始终怀有做一名实业家的梦想。

李嘉诚年轻的时候，既没有后台也没有本钱，怎么可能投身实业呢？而后来他却成功了，在这里，李嘉诚对自己客观、准确的认知成了关键因素。他认为自己有做推销员的潜质，而推销员是不需要资金投资的，并且还可以迅速地为自己积累资本，接着，就可以通过这些资本实现自己的梦想了。明确分析了自身的优势与不足后，17岁的李嘉诚作出了大胆的决定，他辞掉了茶楼里稳定的侍应生的工作，去了一家塑胶厂做推销员。

尽管在后来的推销工作中困难重重，但李嘉诚始终相信自己的判断，事实也证明了他自我定位的准确性。他最终凭借自己的潜质，成就了一番惊人的事业。

有人说李嘉诚的成功，是因为他很幸运地抓住了机会。但他能抓住机会，首要原因还是他准确的自我定位与自我认知。自我认知能力对于销售人员来说很重要，它可以让你冷静下来，客观准确地判断自己的优劣，从而制定符合自身实际的发展方案。自我认知是一种正确的心理暗示，好像是一盏指明方向的希望之灯，在最艰难、最绝望的时候，可以为我们指引方向，鼓舞我们不断前进，登上辉煌的巅峰。

但是尺有所短，寸有所长，每个人都有各自独特的优点和能力，心中有不同的想法，生活经历和看法也不一样，那么每个人适合的位置就不同。所以，自我认知是不可以盲目模仿的，一味的模仿只会带来不妙的后果。

有一只小毛驴和一只小猴子共同生活在一个主人家。一天，小猴子玩得兴起，就爬到了主人家的房顶上，上蹿下跳的，主人一个劲地夸小猴子灵巧。为了得到主人的夸奖，小毛驴也费了好大劲爬到了房顶上，但是却把房顶的瓦给踩坏了不少。主人见状，便大声呵斥，赶它下来，还打了它一顿。小毛驴感到很委屈和困惑：“为什么小猴子上房能得到称赞，而我却不能呢？”

自我认知并不是仅仅靠自己，生活中他人的态度和言行也是认识自己的镜子。不仅要善于从自己的得失中总结经验，同时也可以从他人的建议和经历中反省自我、认知自我。既不总结自己又不学习他人的人，是难以进步和无法成功的。

能够正确认识自己的人，因为经常反省自己，还会拥有很多高尚的品德，在生活和工作中的也将得到他人的尊重和欢迎。如果连自己的优势和缺点都未曾认知，又怎么能让他人相信你取得成功呢？对于销售人员来说，你又怎么可能把自己的产品推销出去呢？

成功往往不在于技巧，而在于及时自我把握

所有有上进心的人都渴望成功，因此抓住机遇就显得尤为重要。但是，为什么成功的人或者说抓住机遇的人只是少数呢？有一句话说得好：“机遇从来都只青睐那些有准备的人。”那么，怎样才算是准备好的人？又应该如何抓住成功的机遇呢？

首先，要有迎接机遇的态度。机遇有时就像买彩票中奖，不买彩票的人肯定不会中奖。你不想抓住机遇，你肯定抓不住。

其次，要有驾驭机遇的能力。这一点也是很重要的，只有态度远远不够，机遇降临的瞬间，假如你没有足够的力量驾驭机遇也是不行的。

再次，要抓住机遇，除了能力和吃苦的精神之外，还要有作出牺牲的思想准备。也许你要付出自己的青春，也许你要付出自己的财产，也许你要付出自己的事业……抓住成功机遇的同时也需要你作好承受失败的心理准备。

绝大多数人都希望等到对一件事有百分之百的把握才去做，这是一个错误的前提条件，因为世界上不存在百分之百的把握。退一步说，就算你可以做到百分之百的把握，那等到你准备充分的时候，也已经错失良机了。决策的快慢会影响到你的成功，当你有51%的把握的时候就去做它，那时候大部分人都还在犹豫，而成功的天平已经在向你倾斜了。你应该这样想：51%的把握与99%的把握是一样的。因为无论是1%的失败概率，还是49%的失败概率，发生在你身上的时候结果是相同的。

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

文档名称：《哈佛销售课》庞夕同 著.epub

请登录 <https://shgis.cn/post/906.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

