



# 销售工作 2017 校园招聘大礼包目录

<b>一、</b>	<b>销售工作简介.....</b>	<b>3</b>
1.1	销售工作定义 .....	3
1.2	销售工作分类 .....	3
1.3	销售工作特点 .....	3
1.4	销售工作现状发展 .....	3
<b>二、</b>	<b>销售工作就业分析.....</b>	<b>5</b>
2.1	销售工作人才需求 .....	5
2.2	什么性格适合销售工作.....	5
2.3	销售工作专业证书 .....	8
2.4	销售工作薪资情况 .....	9
<b>三、</b>	<b>销售工作零接触 .....</b>	<b>10</b>
3.1	上海技术类销售面试帖（ABB，罗克韦尔，SHELL） .....	10
3.2	宝隆销售面试 .....	14
3.3	广州奥格面经+我对 IT 销售的想法 .....	14
3.4	佛山日丰销售面试经历 .....	15
<b>四、</b>	<b>销售工作职业圈 .....</b>	<b>18</b>
4.1	销售工作职业路径 .....	18
4.2	销售工作同行分布 .....	18
4.3	销售工作热点问题 .....	19
<b>五、</b>	<b>销售工作工作经历&amp;感悟 .....</b>	<b>21</b>
5.1	做销售 6 年来的工作感想与体会.....	21
5.2	自己对销售（直销）工作的一些感悟.....	21
5.3	应届毕业生销售感悟.....	22
5.4	在我做销售总监的日子.....	24
5.5	作为新人在贝迪销售工作的两个月.....	25
<b>六、</b>	<b>销售工作相关资料延伸阅读.....</b>	<b>27</b>
6.1	成功销售员应该具备的十大素质.....	27
6.2	从事销售的十大必备心态.....	30
6.3	销售技巧全面讲解 .....	31
6.4	销售工作面试技巧 .....	46
6.5	销售 8 大黄金法则 .....	50
6.6	销售人员的职业发展方向.....	51
6.7	销售人才把握好方法会比其他职业更易成功 .....	53



# 一、 销售工作简介

## 1.1 销售工作定义

销售是创造、沟通与传送价值给顾客，及经营顾客关系以便让组织与其利益关系人 ( stakeholder ) 受益的一种组织功能与程序。销售就是介绍商品提供的利益，以满足客户特定需求的过程。商品当然包括着有形的商品及其附带的无形的服务，满足客户特定的需求是指客户特定的欲望被满足，或者客户特定的问题被解决。能够满足客户这种特定需求的，唯有靠商品提供的特别利益。

销售，最简单的理解就是从商品或服务到货币的惊险一跃。通俗的说就是卖东西。

## 1.2 销售工作分类

目前国内的销售行业根据产品的不同主要分为厂家产品由经销商代理销售模式（主要为消费品）和直销模式（非大众消费品），前者厂家将产品通过一定的销售平台销售给消费者，其业务员的主要工作是以针对销售渠道及终端的管理为主，通俗的讲就是销售人员的工作对象是经销商及终端相关的管理人员。如超市、百货商场即为消费品的最终销售平台，厂家通常只提供一系列的促销活动。而后者是厂家销售人员直接面对消费者（包含个人或单位等其它商业机构），工作内容基本上是点对点的直接开发新客户及老客户的维护，而中间并无第三方参与。像金融保险就是这种模式。至于建材、服装等产品的销售模式基本上属于前者，只是它们的最后销售平台不是商超，而是以专卖店的形式销售。



## 1.3 销售工作特点

### 1. 充满艰辛的职业

素质要求高

工作辛苦。常可能夏顶烈日，冬冒风雪

常常被拒绝

### 2. 对职业充满信心，引以为傲

### 3. 很高的工作保障和自由

美国有五分之一（约 5,000 万）的人干营销，其中相当部分是干销售的。即使是律师、注册会计师、演员等也不得不进行自我推销。

我国多年来人才需求中，营销人才始终在前几位。好的销售人员供不应求。

由于现代社会进入买方市场。许多职业将被机器（尤其是计算机）所取代，而销售人员赖于其自身能力，即使无工作岗位，也容易找到工作，或创办自己的公司。

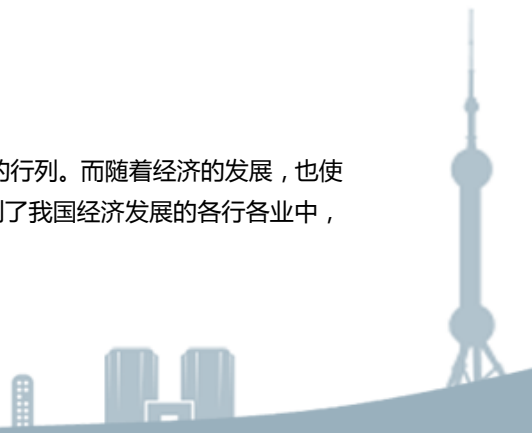
### 4. 高晋升机会


### 5. 高经济收入



## 1.4 销售工作现状发展

随着我国近 20 年来的经济快速增长，其职业和能力的需求已属世界最快的行列。而随着经济的发展，也使得我国的营销行业出现了新的变化和发展趋势。在当今社会营销已慢慢渗透到了我国经济发展的各行各业中，从而这也使得人们对营销有了新的认识学习和应用！






2010 届大学生毕业生毕业半年后的就业比例最高的职业则是营销，而在 2011 年就业蓝皮书中指出：2010 届毕业生毕业半年后从事的主要职业是营销。就业比例为 12.0%，而高职高专毕业生从事的主要职业也是营销，就业比例为 15.3%。2007 届本科毕业生毕业三年内转换的职业类中最热门的也是销售，有 17.1% 的转换职业后从事销售工作；高职高专毕业生职业转换中最热门的也是销售，其中比例占 19.9%，而据教育科研网调查指出我国营销专业每年毕业人数约为 860 万人；而据人力资源网调查表明我国全年新增就业人数约为 3000 万人，由此可见，我们国家现在营销专业的市场需求是供不应求的；因此我们营销专业的就业前景是非常广阔的，发展潜力也是巨大的！

现在的我们不管进入什么样的大小型招聘网站都可以看到各色企业都在招聘各类有关营销的人员，如：营销经理、市场部经理、市场督导、市场专员等；还有就是在我们现在生活学习的地点随处可见都在招校园代理，但不管是什么职位对营销人员的要求都不尽相同，要具备很强的口头沟通和表达能力，较强的学习、聆听和分析能力，良好的协作、谈判、判断和作出正确决策的能力，而且还要有吃苦耐劳、坚韧不拔和敬业精神。现在的营销行业不具有特殊性，所以竞争也很激烈；但只要你具备这些能力，好学、肯吃苦就一定可以找到一份满意的工作。

根据 2010 届大学生毕业生就业与培养质量跟踪调查结果显示：2010 届大学生毕业就业率超过了金融危机前的水平，且就业率和月收入持续上升。2010 届大学生毕业半年后全国总体就业率为 89.6%，比 2009 年全国总体（86.6%）上升了 3 个百分点，比 2008 年全国总体（85.5%）上升了 4.1 个百分点，高于金融危机前 2007 届大学毕业生半年后就业率（87.5%）约 2 个百分点。其中本科院校 2010 届毕业生半年后的就业率为 91.2%、比 2009 届（88.9%）上升了 3.2 个百分点；高职高专院校 2010 届毕业半年后的就业率（88.1%）比 2009 届（85.2%）上升了 2.9 个百分点，同时 2011 年就业蓝皮书显示，大学生半年后的月收入【月收入：是指工资、奖金、业绩提成、现金福利补贴等所有的现金收入。毕业半年后的平均收入：是指大学生毕业半年后实际月工作货币收入的平均值。】2009 届、2010 届连续两届呈现增长趋势，2010 届毕业生半年后的月收入的增长大为明显。全国 2010 届大学毕业半年后的月收入（2479 元）比 2009 届（2130 元）增长了 349 元，其中，高职高专毕业生 2010 届（2142 元）比 2009 届（1890 元）增长了 252 元，其中，月收入涨幅最大的则是从事销售职业的；高职高专毕业生三年后，月收入为 4276 元，涨幅为 2270 元，涨幅比例达 11.3%；由此可见，销售工作中的月收入和就业的前景和发展空间都很大。



从目前形势看：市场营销中网络营销的发展前景甚好。现在的网络营销人才非常紧缺，因为 2008 年中国有 287.8 万个网站，较 2007 年增长 91.4% 是两百年以来增长最快的。按照互联网中中国的发展，中国大部分企业将会建设自己的网站，网站数量将达到 4 千万级，但目前大多数企业都是由那些对专业市场很有经验，但对网络营销一窍不通的传统营销人员，或是一些以技术为纲的网络技术人员“客串”网络营销人员。所以说：网络人才严重短缺，以成为各公司相互争夺的对象。未来几年针对企业网络的设计、开发及运营管理，网络推广，网络广告而言，需要以百万的网络营销人才；可见，网络营销人才的稀缺性和发展机会的无限性！

从有关数据表明：我国市场营销专业的市场发展需求是无限的，现在的发展现状是供不应求的；从事营销行业：只要你肯吃苦、有毅力、肯学习，将来的发展前景是不可限量的！



## 二、 销售工作就业分析

### 2.1 销售工作人才需求

销售人员共同的要求：

- 1、性格外向，善于表达，沟通能力、人际交往能力强；
- 2、无论身处什么行业，对行业特点及产品性能非常熟悉，且能熟练运用专业术语为客户讲解；
- 3、抗挫折能力强，不怕被拒绝。

此外，高级销售人员，即从事销售管理的人才还必须拥有这些素质：

- 1、善于建立和有效管理销售团队，制定合理的激励、考核机制。
- 2、有胆识，有魄力，善于开拓新的营销渠道和思路，能够为团队合理设计营销目标。
- 3、善于换位思考，善于和主要客户沟通，及时抓住大客户的关注点。

### 2.2 什么性格适合销售工作

这个似专业非专业的问题，被众多关注销售的有心人和职业人惦念着，你随意搜索一下互联网，就会发现关于这个问题的讨论不会少。其实，问题倒不是关键，关键的是大家给的都是命题式问话，存在着一种倾向性，那就是“性格决定着销售”。而我想反问的是：性格真的是决定了销售吗？



#### 1. 性格决定不了销售

确实，一谈到销售人们便想到那些喋喋不休、咄咄逼人的形象；而企业，也多会想到聘用那些性格外向、大胆脸糙的人来做销售工作。大家都把销售人员和那些形容词化为了完全等号。认为销售人员要主动与各类各样且陌生的人物打交道，一定需要外向性格。反之，那些性格内向的人则不适合从事销售工作，认为“销售”则与他们无关。

我想这是有历史渊源的。在中国早期销售职业的发展阶段，无论是销售人员还是销售训练者、管理者都缺乏深度和专业，而肩负特定历史使命的那代人不得以要选择“捷径、速成”，因为市场要求他们必须做到“立竿见影”的效果。于是看起来可以“成功”的销售人都是那些嘴上功夫不错、性格外向、能够走街串巷的人。这个概念也就一代代传了下来。事实上，这都是误解。假使按照总设计师邓老的伟大指示，就是要“让一部分人先富起来”，但是怎么能定式为“只有那部分人才能富起来”呢？这种想法必须打住！

放眼世界我们可以看到外向性格中有超级销售人员，但在内向性格中也有超级销售人员。比如，美国十大销售高手之一的乔·坎多尔弗便是典型的内向性格，他形容自己是“嗫嗫嚅嚅，见人低头不敢高声说话”，但他同样取得了巨大的成功。还有更多顶尖级的销售高手，也未必尽是完整的外向性格。在日本，一家公司对其100多名销售人员进行调查，发现销售成绩好坏，取决于销售意愿而不是性格内向与外向，销售成绩差的往往是缺乏进取精神的人。性格决定不了销售，只是不同的性格会形成不同的销售风格而已。而这各种不同的风格会因为我们的主观意识被认定为“适合或者不适合”。

#### 2. 性格决定销售风格

那么，我们就来探讨一下人的性格区分以及所形成的销售风格。

众所周知，人的性格分为外向性与内向性。但还不能忽略，即使同一类性格的人思维角度也是有别的，就是这个人比较关注事物还是看重人际关系，即“对事还是对人”。科学的方法是将外向性与内向性做纵坐标，将对事还是对人为横坐标。于是就形成了四个象限的性格--外向性而重事物的人谓之“力量型”性格；外向性而重人际的人谓之“活泼型”性格；内向性而重人际的人谓之“平和型”性格；内向性而重事物的人谓之“分



析型”性格。这些性格的基本特征为：

“力量型”性格，一般企图心强烈，喜欢冒险，个性积极，竞争力强，凡事喜欢掌控全局发号施令，不喜欢维持现状，但行动力强，目标一经确立便会全力以赴。他们的缺点是专断，不易妥协，故较容易与人发生争执摩擦。

“活泼型”性格，热情洋溢，口才流畅，重视形象，擅于人际关系的建立，好交朋友，富有同情心，乐观精神。缺点是过于乐观，往往无法估计细节。他们情感外露、好表现，善于寻找工作乐趣。还是要注意他们的情绪化和防止细节失误。

“平和型”性格，属于行事稳健，不会夸张强调平实的人，性情平和对不喜欢制造麻烦，不兴风作浪，温和善良，在别人眼中常让人误以为是懒散不积极，但只要决心投入，绝对是“路遥知马力”的最佳典型。对其要多给予关注想方设法挖掘他们内在的潜力。

“分析型”性格，传统而保守，分析力强，精确度高是最佳的品质保证者，喜欢把细节条例化，个性拘谨含蓄，谨守分寸忠于职责，但会让人觉得“吹毛求疵”。他们清晰分析道理说服别人很有一套，处事客观合理，只是有时会钻在牛角尖里拔不出来。

那么，几种性格会形成和表现出什么样的销售风格呢？

“力量型”性格的销售人员，是我们早期最容易成长起来的人，因为他们用实际行动开垦出了第一片“荒地”。他们没有过多的“想法”，没有因为“忽悠”荒废时机，他们有的就是行动力。所以，他们也是我们现在常以为最“适合”做销售的人。他们的风格为较强势，行动力快、自动自发，且越挫越勇能够自我调节。会有较强的影响力。在销售时通常开门见山、言直口快，是明显的单向式推销、缺乏双向交流。但是总能把握现场，控制局面。在工作中能够表现的精力充沛、积极向上，而且自律性强。在团队中要强，总想超越别人，也更愿意挑战自己，他们是典型的“不成功，便成仁”。因为属于关注事物型所以较追求事物结果，显得功利性强。他们具有强烈的“把产品卖出去”的愿望。他们的感觉是：非达成这笔交易不可，若是销售没有结果，就会觉得没有成就感，做其他事情（如开会、吃饭、休息）都会觉得心安。所以在工作中相当勤奋，哪天加班加点干活不会有半点怨言，只要事情有结果，只要可以完成目标。但是，他们不喜欢去搞太多的“战略性”“艺术性”，比如请个客布个局或者等待大机会再去成交，他们可受不了那个“折磨”，他们最喜欢的就是快速成交、一次性Sale。他们可以在很短的时间内就能创造“惊人的奇迹”。他们在销售中是“促成和成交”的高手。形容他们的关键词有：拼命型、成交型、实干型。

“活泼型”性格的销售人员是那种看上去绝对很美的销售人选，尤其在面试时，他们的魅力你绝对无可抵挡。其实客户也是如此，很喜欢和这样的销售人员面谈。说他们是“忽悠”型，不知是否有贬义之嫌，但他们确实有忽悠的天赋。他们比较注意外在形象、环境，注意过程的美化，喜欢和客户制造些气氛，喜欢饶些弯子搞点艺术性，是典型的“买卖不成，情谊在”。在他们的眼中没有陌生人，而且总会寻找到销售工作中的乐趣。他们总是会很快获得客户青睐，拥有不错的客情关系，应酬式、关系型销售是他们最喜欢的销售方式。他们经常可以发现一些巧妙的销售技巧，可惜总不会去巩固和发扬，因为他们还会随时随地的发现。这缘于他们的另一个特长：即时性强，随机性强。有时候他们会忘记自己刚才说了什么。所以计划对他们而言仿佛是没必要的，故而不喜欢做计划和准备工作。好象对他们来说，结果不是最重要的，他们常陶醉与过程之中，而忘记追求目标。因此即使允下目标，也是很难完全兑现。因为重人际，所以客户还是比较多的，而高质量的客户比例不多。常常是谈了半天还没有开始销售，销售了很久也没有去缔结，销售就这样常停留在表面。因为他们总是不愿强迫客户，不会急于促成客户和目标，对于他们来说只要和客户的关系热烈，那就已经觉得非常有成就感了。他们缺乏引导顾客完成推销、达成交易的那种内在渴望，成交仿佛是他的“弱项”。所以过程总感觉不错，而结果通常令主管们失望。“喜欢销售，不见业绩”，通常说的就是他们。在销售中他们是“会议营销 FromEMKT.com.cn和前期开发客户”的高手。形容他们的关键词有：勤奋型、销售型、美干型。

“平和型”性格的销售人员是那种看上去绝对不是很美的销售人选，通常是在面试时就被忽略，所以笔者爱称呼他们为“花生族”，外在看不出什么，要看就看内在吧。无论是内部开会还是和客户交流，他们的话都比较少。主管要是问他有没有信心之类的话，通常是遭冷场。所以在主管那里常被认为是个很难激发起来的人，误以为是不争气的那类人。无论外面环境发生了什么变化，你都不会看见他有多大的改变，因为他们没有意愿

也没能力把自己的变化马上表现出来。由于行动力不是那么的强，所以客户也就比较少。如果有，那么客户都是比较优质。他们采用的特别销售方式是“养客户”——慢慢的培养经营客户，他们有的就是耐性，是典型的“将心比心，以诚换心”。他们绝不会去夸大产品的好处，喜欢实话实说。不会想得太大，但是路要知马力，只要他们还愿意或者说客户还愿意和他们保持联系，那么感情通常不错。因为他们是那种最可以信赖的销售人员，又重人际又不张扬，为人为事低调、实实在在。同时也是一位非常好的聆听者，别嫌弃他们不是很会说，甚至表现的还略显笨拙，以为他们根本不是销售的料。可能你错了，他们和客户在一起的时候通常是客户在说，是客户在“销售”。他们任何时候都表现的从容，同时较能承受压力。他们爱思考，但通常想的都是自己哪里需要改进。他们在销售中是“跟进客户和经营客户”的高手。形容他们的关键词有：忠实型、润物型、诚干型。

“分析型”性格的销售人员是属于真正“用心工作”的人，可惜的就是让别人看不出来，因为他们不爱说多余的“废话”，也就没去表现出来，但是他们确实很用心。如果说力量型的人属于外在行动力强的人，那么分析型销售人员则是内在行动力强悍的人，他们是手脚没动心早就活动起来了，美曰“思考致富”。也就是典型的“精确营销，用智慧赢得尊敬”。看上去是属于比较“拽”的销售人员，一般客户是进不了他们的眼帘，会明显的挑剔客户。（当然一般客户也看不上眼他们）。他们专心致志的去整理思路设计策略分析问题，与其说他们行得“懒惰”不如说他们想得“周密”。他们不愿意“花心”，认为不是客户的他们是不会去花时间尝试的，不会到处“献殷勤”。对他们来说猜客户心思、分析销售问题是一种享受，他们认为这才是工作，东奔西走他们倒觉得那是“瞎干”。因为是要“精营”客户所以成交时间会比较长，你别等得不耐烦。当然有时候也会把简单的客户和事情搞得复杂起来。他们对于解决客户疑义可是个行家，思维逻辑性强，且较有说服力。在工作中的表现就是整天爱写写记记，看起来很认真的样子，但是他写什么你不能看，通常也看不懂。他们属于谋定后动的人，讲求计划性。善于分析事物，但是好争论，怕就怕钻进牛角尖拧起劲来。他们目标感强，而且创造力强，是属于内在强势者。他们极爱思考，但想的都是客户那里有什么状况可以突破。在销售中他们是“战略分析和异议处理”的高手。形容他们的关键词有：老练型、计谋型、精干型。

### 3.市场不会排斥性格

一旦了解以上四种性格及所形成的不同销售风格，我想你不会再用“适不适合做销售”的语句来形容了。因为大家各有千秋、各树一帜，虽然风格特异，却是没有好与坏，对与错。尤其是作为专业人的管理者，我倒认为是认为我们没有那个“资格”去评论喜不喜欢，而是应该把这个评判权交给客户。

从市场角度来说，客户的形形色色也决定了销售人员需要风格各异。事实上，没有哪一类销售人员可以通吃，因为客户的性格和需求风格也是不同的。有的客户认为销售人员就得能言会道，你都不会表达，他们认为你哪里有资格为其服务，会认为你要么是心中有愧，要么是专业不够。所以这类客户更习惯和“活泼型”风格的销售人员在一起。而在有些客户眼里，“活泼型”却恰恰是“走江湖”的代表形象，你越能说他们就越怀疑，越想：你看，慌圆的多专业啊。他们则看那些“和平型”风格的销售人员的表现比较塌实，看起来是那么的“稳重、儒雅”；而有些客户则觉得，销售人员就要自信实干肯吃苦，所以他们欣赏的是“力量型”风格的销售人员，就算有些热情过头、催促过度，客户则认为是对自己的珍视。反而对于那些“分析型”风格的冷静，反倒觉得是一种漠视；而对于有些客户，那可受不了“力量型”风格的销售人员，他们会觉得那样太功利性、太强人所难，缺乏安全感；而对于“分析型”的销售人员的冷静式比较适合他们的胃口，他们需要这样感觉上去“有素养的”“专业的”销售人员，则认为这样是对他们的尊重。

可以看到，适应压力喜欢挑战的人会和“力量型”风格的销售人员意气相投；习惯从容不迫的人则与“和平型”的销售人员相处甚好；注重气氛感染的人会与“活泼型”风格的销售人员更投缘更有感觉；喜欢求是循理的人则与“分析型”风格的销售人员更能进入境界。

### 4.团队需要性格差异

是的，对于团队管理者个人来说，本身也是倾向于某种性格及风格。从本性来说当然看到同类风格觉得自然，对于其它类风格的销售人员也许会感到不是那么回事。尤其在销售管理人当中，“克隆”式管理的倾向还是比较多的。我想，作为培育者和管理者，要脱离个人和客户式的“近期看待和个体标准”。

所谓近期看待标准，即客户只看到销售人员短时的表现状态，他们没有义务去了解销售人员的幕后和成长的过程。那么销售管理者要从近期标准转向阶段或长期规划标准。在前期我们通常会较喜欢活泼型和力量型，因为他们都属于外向型，为易见型。“活泼型”是给人们最早印象的人，“力量型”是给人们印象较深的人。这两类风格“先发制人”是他们的天赋，而从长期来看，后劲不力或许就成了他们瓶颈。但是他们的热情、积极、勤奋，是我们创业成功必不可少的因素。通常在前期我们并不太看好“平和型”和“分析型”的人，因为从他们的言行中我们总不能立刻看到我们所期望的。他们属于内向型，为非易见型。无论你多么着急他们总是那么“无动于衷”。或许已经在行动，可是他们既不说也没有行出来，只是在心里努力着。可是在我们主管快要“绝望”的时候，他们又会突然搞出个“突破”来，所以大多数的主管表现的爱恨交错。而他们的执著、忠诚、智慧，也是我们成就事业必须条件。尤其要说明的是，各种风格越是在早期其表现就越明显和突出。而随着销售阅历的增加、市场的历练、自己的感悟认知，他们会不断调适修正自己，使自己在一个平衡点上修炼，其风格会更适应市场，也少却了前期极其个性的成份。这一切的蜕变成熟需要一段时间和一个过程。

所谓个体标准，即客户只是以他个人的角度去“体验”销售行为。而管理者关注的是两个群体：一是我们的客户，二是我们的团队。我们就不能只停在哪一个个体标准。我们服务的是一个需求多样化的群体客户，要打造也应该是“多功能”的销售团队，惟有这样的团队才能更适应多变的现代市场，真正做到强大。每一种风格的成员都是我们必不可少的，比如对不同时期的工作组合、不同市场先后配合、不同客户的协调合作。我们不但要尊重差异，更要能够运用差异，发挥差异的潜能。

总之，行销事业的成败不决定于性格，而取决于我们的意愿，性格只是导致销售风格的不同。笔者倒是期望更多样性格的人走到销售大军里来，希望在销售大军里看到百花齐放、百家争鸣的局面。更希望销售管理者放宽销售人才甄选和培育的局限性，带出更人性更和谐更强实的新一代销售团队。如果说销售人员的使命是将企业的各种产品赋予各自的生命销售出去，产生市场价值的话，那么作为销售管理者的使命应该是要将团队里有意愿的各类销售人员的独特风格魅力挖掘出来，发挥出能量来，产生劳动价值。其实，只有多样化才具创造力，只有互补性才能真强大。

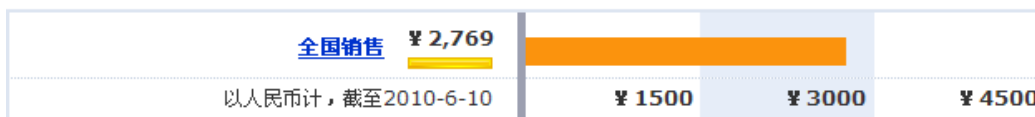
## 2.3 销售工作专业证书

营销员(国家职业资格五级)  
高级营销员(国家职业资格四级)  
助理营销师(国家职业资格三级)  
营销师(国家职业资格二级)  
高级营销师(国家职业资格一级)  
中国市场营销总监资格证书(高级)  
中国市场营销经理资格证书(中级)  
中国市场营销经理助理资格证书(初级)



## 2.4 销售工作薪资情况

全国的销售工资查询结果：（平均月薪水平）



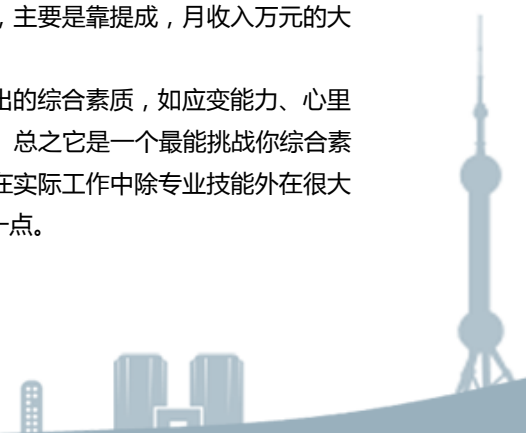
全国的销售相关职位的工资水平：（平均月薪水平）



无论直销模式下的房地产销售、电话销售、还是传统的厂家跟单式销售模式及目前比较成熟的快速消费品销售等等，哪行做优秀了都很有前途。我所建议的只是当你选择了某个行业时，起点非常重要。例如快速消费品（食品类、日化类等等）行业，如果你刚毕业那我建议你选择厂家应聘而非当地经销商。因为在厂家做销售一旦过了实习期至少可当个区域经理，而经销商那里也就是个销售代表，即使提升后也不过做个客户部、终端部经理等等，工作环境不会超出经销商网络之外的区域。而厂家的区域经理提升后可做省区、大区经理，可以说五湖四海都有可能是你未来的工作场所。薪资待遇在初期差不多，但随着级别的增高差距也就会逐渐拉大。比如日化行业里比较知名的外资企业区域经理月薪都在 5000 以上（不含各项补贴），即使国内小企业的区域经理月薪也在 2000 元左右（不含各项补贴），而经销商的客户部、终端部经理最多也就 3000-5000 元，一般的销售代表都在 3000 以下，小城市的也就 1500 元左右。而厂家的省区、大区经理年薪至少在 8-10 万以上，外资及国内知名企业年薪可达到 20-50 万甚至更多。这些都是当地经销商所不能给予的。目前在快速消费品行业里酒行业及家电行业的待遇都是比较高的，一些品牌力中等的酒类厂家区域经理月薪+提成也可达到 1 万余元，知名家电企业省区、大区级别年薪可达 30-60 万。以上只是快速消费品行业，而传统厂家跟单销售模式（如变压器、大型机床等生产设备）下的业务员薪资待遇也不低，年收入几十万的很多，只是这种销售模式要求你必须有自己的关系户，否则你得不到实惠。至于房地产销售、电话销售等等，主要是靠提成，月收入万元的大有人在。



销售这个行业门槛虽然低，但并非人人都能做好，优秀者更要求具备杰出的综合素质，如应变能力、心里承受力、吃苦耐劳的精神、逻辑思维能力、管理能力及一定的专业知识等等。总之它是一个最能挑战你综合素质的行业，又是一个最锻炼你意志品质的行业。其实无论在销售中的哪行，在实际工作中除专业技能外在很大程度上是做人脉，这点在直销模式中尤为重要，也是所有销售行业中相通的一点。



## 三、销售工作零接触



### 3.1 上海技术类销售面试帖 ( ABB , 罗克韦尔 , SHELL )

写这篇帖子主要给自己留个纪念，希望自己未来几年后蓦然回首，再看这篇帖子会提醒自己：坚持，在坚持，直至自己心想事成！

同时也希望这样一篇文章能够帮助未来找工作的人对找工作有初步的认识，希望能够帮助到更多的人！

现在介绍一下，我是上海交通大学 2011 年 3 月的毕业生，从 2009 年开始一直在做企业培训的事情，后来因为种种原因公司关闭，从 2011 年 8 月份开始找工作。所以我是某称程度上的非应届生。（‘某种程度上’的意思是说，一种说法是毕业一年以内都可以称之为应届生、按照应届生待遇来求职，这也被大多数公司所认同；另一种说法是毕业之后就马上算非应届生，这被少数公司所认定，比如飞利浦和施耐德就不接受非应届生。）

我在培训业有两年的销售经验，在刚开始找工作的时候目标不明确，也会投一些快销行业的职位，不久后我认识到技术类销售岗位会让自己有差异化优势，而且我很喜欢这样的技术销售，所以我之前面试的百威英博等的快消公司，我都没有用心参与，所以也谈不上经验分享，下面我主要以时间为标度尺来重点讲一些我的技术类销售岗位的面试经验。

2011.9.21 【TI (德州仪器)】/TSA (销售工程师) 面试：专业的面试

我是从 2011 年 8 月初开始投简历，TI 是第一家给我面试机会的公司，所以我也特别珍惜。具体经验我在 TI 求职讨论区有一篇精华文章，细节大家可以去那边看【2012.9.23 上海 TSA 的面经【群面和 1v1 面】\_案例分享+面试官答案】(<http://bbs.yingjiesheng.com/thread-956647-1-1.html>)。谢谢 TI 给我一面的机会，而且是我第一次的群面机会，很幸运的是我竟然通过了小组面试，这对我后来的求职是一个很大的信心支持。（因为我之前一直纠结在非应届生会被另眼相看的一个认识误区中，所以 TI 群面的通过是对我莫大的鼓励。）TI 也确实是一家很专业的公司，在小组面试后的一对一面试的过程中，面试官的问题问的很有水准，同时最后在我临走的时候，还会告诉我之前的问题的回答思路是怎样的？这位 TI 的 manager 是我求职路上的贵人，他给我的诸多提示我都用在以后的求职过程当中。谢谢！

2011.9.28 【SHELL】销售工程师电面：流畅的对话

可能是我之前的 coldcall 的陌生电话的销售经验，所以我很喜欢电话和别人聊天。SHELL 这次电面我记得是非常流畅，细节请查看我之前在 SHELL 专区发的帖子【2011.9.28shell 电话面试【通过+完整题目+面试原则+面试官答案】】(<http://bbs.yingjiesheng.com/thread-957784-1-1.html>)。最后面试官也会很 nice 的跟我说，前面的问答都很满意，只有最后的‘愿不愿意轮岗到广州和北京？’的时候我说想待在上海，她说这个可能就没有办法了，但是依然很开心和她的聊天，应该是 30 多岁的中国女生，英语口语也不错。

2011.10.16 【BOSCH】销售工程师：混乱的面试

从上次 TI 面试到这次的博世面试，中间会有几家公司的笔试，这我也就不想谈了，各家公司大同小异，想了解的同学可以参看应届生网站的笔试专区，我的经验也是从上面的获取的，非常感谢！那 BOSCH 的这次面试是上海的集中面试。由于 BOSCH 公司是今年刚刚建立的新的中国地区总部，所以 BOSCH 的众多子公司今年在上海和南京两次集中面试，所有子公司都招人，我记得是在二号线淞虹路地铁站那边吧。我申请的是销售工程师，当时有一些认识过来霸王面试的，HR 也会很 nice 的说‘只要来的人都会有面试机会的。’这句话听起来 BOSCH 是一家很负责的公司，但是我面试的时候，面试官随便问几个题目，然后一会儿出去一会儿回来，而且面试的人都是公司不知道是什么级别的员工，感觉就像是 BOSCH 集团下面的公司太多，每个公司随便抽掉一些人过来面试自己公司需要的人，显得很专业。所以感觉进入这家公司就很 random，而且给人感觉及时进去之后会很担心自己未来的发展会不会也很随便。所以我一面之后便放弃这家公司。

2011.10.19 【美孚】销售工程师/电面：和英孚老外聊天

美孚的这次电话面试是令我印象蛮深刻的，因为美孚的电话面试是外包给英孚的，所以电话面试只是为了测试你的英文水平。我的记忆没错的话，那个人应该是英联邦国家的不到 30 岁的男生老外，可能是澳大利亚或

者之类的地方,反正当时用英语聊天,他一直抛问题给我,我记得有一个他给了我几个题目让我选一个来做 2min 的 speech,我当时就直接说 I'm going to tell you ....然后他说 you will have 30sec to prepare. 然后我说 It doesn't matter. I can do this. 然后我就 blabla 的说,最后要结束的时候他问我是不是有国外的朋友一直聊天。然后我说是的。后来结束之后我觉得是中间英语没有准备就能直接说出来给他良好的印象,也是通过那次对自己的英语也越来越有自信了。感谢!同时我获得了美孚 Face to face 面试的机会,全英文的 group discussion 的机会,详细后面会介绍。

#### 2011.10.26 【罗克韦尔】/销售培训生:只差一步

首先说我作为一个交大自动化系的研究生,罗克韦尔、ABB、施耐德、西门子是我之前的几个首选公司,后来在面试的过程中慢慢体会到各公司文化的差异,这个到后面我会写个总结。先介绍罗克韦尔的求职过程。罗克韦尔我的网申没有通过,后来那时候我非常想加入这家公司,所以去参加宣讲会投一下简历,结果真的给我笔试的机会。所以说有志者事竟成!只要不放弃还是有机会的!

罗克韦尔笔试通过之后参加面试环节,那个面试我很自信说自己会通过,但是后来还是没有,我给大家描述一下具体细节以及个人分析的原因。当时我们 12 个人一起面试,6 个人一组坐一起,两组在对面坐,面试官三个人一个上海 office 的总经理,好像是 8 年前的销售培训生;另一个是 senior hr,还有一个是另一个 office 的 manager,英文一分钟自我介绍,大家都差不多。后面半小时讨论一个 case,最后做 presentation,对面组没有 leader,我们组我是 leader,然后两组都是每个人都是去做 presentation,都有表现的机会。后来我没有录取的原因我想可能有两个:1.我是有两年销售经验的,他们可能希望招完全没有经验的应届生来从零开始培养,这样比较好控制符合公司文化;另一方面在我们组做 presentation 的最后,我都已经说结束了,结果我们组冒出一个人说他还有话说,结果弄得我很尴尬,可能是我当时掌控的时候他没有充分发挥意见还是什么的,这样小组的无组织无纪律当然是 leader 负责,可能公司担心以后工作中可能会出现这样的状况,所以他们索性就不要我好了。后面我没有获得最后的 face2face 的面试机会。

#### 2011.10.28 【远景能源】技术培训生:诡异的面试

我是一心要做技术类销售的人,我知道如果要做好技术类的销售,其中一种途径是先做技术一段时间,半年到一年不等,然后再做销售,这样技术过硬有助于销售。远景能源是一家 2007 年刚起步的风能公司。这家公司宣传是中国未来的尚德电力,老板以前是摩根斯坦利的,未来公司上市就会分到很多股票,说这家公司就像 19 年前的华为。我喜欢这家公司的原因是因为,这家公司很多管理层都是 500 强公司跳槽过来的,有很好的人才管理经验,是很好的学习对象;另一方面老板很有眼光,在公司办公室还不到 20 平米的时候可以花 10 万美金都欧洲来寻找人才,同时它很多用人机制都是不拘一格,比如风机的生产他用的是 GM 的管理层,将柔性生产带到风机生产领域,相比同行巨头它大大提高了风机生产效率。而且它起价是靠 1.5MW 的风机核心专利起家,很多理念都很 ok。我当时也是十分希望加入这家公司,但是我的期许是加入技术培训生两年后,最后的轮岗到销售部门。

他分一轮笔试和三轮面试加一轮总经理面试,我通过笔试,第一轮面试的技术总监 A 跟我说他们销售总监跟他们打招呼说,你们找几个好苗子留给我,来做销售,我一听就很兴奋,A 也很认同我的想法-技术类销售,先做技术。第二轮面试编程技术总监 B 加另一个酱油 C,如果说 A 是一个很健谈的技术总监的话,B 和 C 就是比较呆板的技术人员,在我简历上写“不适合做技术培训生,有热情,适合销售”之类的字眼,然后当我在等第三轮面试的时候,我看到简历上面的评价就觉得两种可能:一种是他们想招技术转销售的人,但是这样类型的人不多,所以我在技术培训生中的技术差异化优势很明显,通过的可能性很大;第二种是他们不需要这样的人。因为他们技术了培训生主要是现场装风机,所以在第三轮面试中直接把我简历拿出来放在一边,在问未来工作吃苦耐劳方面也没有问我。顺便说一下第三轮面试是技术总监不善言辞 B 加酱油 D。当最后询问终面消息的时候我知道自己没有进入的时候感觉很困惑,在想是不是销售总监只跟 A 打过招呼要招技术的人,而没有跟其他人说过,然后我也阴差阳错地没有被 A 最后面试,所以就因为公司内部沟通不畅而被刷掉了。当然最后这是假设,我希望我的事情可以给后来的人一些借鉴。

#### 2011.11.9 【ABB】中国管理培训生

ABB 是一家典型的欧洲企业,本地化做到已经非常像一个国企。ABB 的详细请参考后续的【公司文化】&【自

动化类公司的比较】。总体感觉是人很 nice，相处起来应该很不错。我本身对国企和日企就不太感冒，所以对于 ABB 公司也就浅尝辄止。

2011.11.13【斯迈特机电】销售工程师：小公司的尝试

在面试大公司的过程中，我经常上水源的 bbs 的 jobinfo 的板块上刷求职信息，所以也会有一些小公司的零星面试，想多开阔一些视野同时如果有好的机会也要抓住。后来我的 offer：天正电气。也是我在水源上投简历后来通过层层面试通过的，所以也非常感谢水源。斯迈特是一家很小的公司，老板是德国人，交大的一个校友是本地合伙人，公司总共 4 个人，主要是在德国买产权卖给中国的企业，主要做精密机床和测量设备的。因为公司很小发展不稳定，尤其是小公司刚开始的销售，总共就 4 个人，一个老板，一个合伙人，一个财务，还有一个是销售工程师，所以刚开始会做很多跟销售没有关系的工作，比如报税、交账单等等的事情，会牵扯很多精力，所以综合考虑，最后还是没去。

2011.11.16【天正电气】：战略管理培训生

这是我最终的 offer，9000 人的集团公司，2010 年销售业绩是 163 亿人民币，位列民企 500 强的 300 多位。公司以重视人才著称，我之前就喜欢读企业史，尤其是吴晓波的《激荡三十年》和《大败局》系列，当时的天正集团创始人高天乐在浙江低压电器作坊遍地开花的情况下，毅然辞职创业加入低压电器的制造大军，而且推陈出新，竟然在竞争激烈的温州低压市场打开了局面。在 20 世纪的最后几年，他在温州为了引进人才，说服老爸带头的家族领导放权给新生代的职业经理人，并且引入高学历的管理团队，这是其他公司未曾有过的，当时成为极少数能够把大批 MBA 留在温州的企业之一。当时看到消息也只是从交大的 bbs 上面看到消息 投了简历，后来一面就是和战略总监聊了一小时，然后二面就是分组辩论赛，无心插柳柳成荫，拿到 offer 之后发现公司提供的平台很不错，可以在公司轮岗，基本上只要你想去跟老板申请就有机会。天正有两种招聘，一种是只招北大清华复旦交大浙大等 985 重点高校的管理培训生，一种是面向所有一本院校的一般岗位，比如工艺工程师之类的。我申请的是战略管理培训生，今年好像只招了 4 个人，所以公司也会很重视培养，之后每个月都会和总经理畅谈工作情况，有什么想法都可以直接提出来，自由度是很高的。而且收入在技术类销售的起薪还是不错的。也算给自己一个求职完美的句号。

【自动化类公司的比较】

【罗克韦尔】：听说是 500 强自动化类公司唯一有每单业绩销售奖金的公司（让我来解释一下这是什么概念，罗克韦尔是自动化解决方案的公司，每一单业绩可能几百万甚至上千万人民币，也就是说如果有 5% 的业绩奖金，一千万的单笔单子可能有 50 万的业绩奖金，所以很诱人。）其他公司都是做到业绩指标年底会有奖金发给你，一般是 3-5 个月的工资。而且罗克韦尔是应届生招聘岗位中唯一只招销售培训生的公司，也就是说他们家的研发都是社招过来的。同时罗克韦尔高业绩奖金的背后可能会牵扯一些利益关系的分配，毕竟作为一家成熟的销售市场，新人进去是要分掉老销售市场的，而且对罗克韦尔的销售人员来说，销售市场的好坏代表销售业绩的好坏，代表每单销售的奖金的多少，所以不可避免之间的竞争，有时可能是恶性竞争比较严重，我之前听说一个上海交大的学姐终面之后实习的第一个月就离职了，原因是因为受不了里面的办公室文化。所以想进罗克韦尔的同学请慎重考虑。

【ABB】ABB 被称为自动化领域的少爷，因为这家公司使中国强电设备当之无愧的老大，强电设备的技术水平也是老大。作为一家瑞典公司现在他把中国市场作为他全球第一大市场，对，你没看错，没有之一，中国市场对于 ABB 来讲已经超过美国和欧洲，成为第一大市场，所以 ABB 对于销售人员非常重要的特点是‘合规’，所以他们的销售其实是像‘少爷’一样拿订单，不会 push 客户，而是平常心做生意，因为他们已经是中国强电设备这领域的老大了，所以有这样的底气！

【西门子】西门子的销售是比较悲催的，因为西门子是一家非常技术导向的公司，销售调动资源的能力非常有限。（为什么这么说呢？一般作为技术公司的销售，如果公司技术一般，那他的销售就要非常强，同时销售调动资源的权力也特别大，比如客户需要量身定制的设备，那销售人员可能就会 push 研发团队定制产品来促成客户满意从而成交；而对于技术非常 NB 的公司，例如西门子，销售更多时候只是充当递合同的角色，销售调动资源的权力很有限，当客户需要定制化服务的时候，销售可能就没有办法让研发团队这样做，因为公司技术 NB，你不买总会有人买。）所以在西门子做销售个人觉得前途不是很明朗。

【施耐德】施耐德技术也很强，但是他是做低压设备也就是弱电为主的公司，它比较倾向于市场为导向，也就是销售人员有较大的权力去开发市场。同时施耐德类似于罗克韦尔的公司文化，但是可能没有那么严重，因为他们家对应届生的毕业年限要求很严格，我在他们公司被算作是非应届生，所以网申都没通过，所以对这家公司了解不是很多。

#### 【公司文化的比较】

这里比较公司文化主要是因为是在小组讨论/群面/group discussion 的时候 不同的公司文化在小组面试的责任标准是不一样的，所以想通过这样一个角度来帮助大家正确认识这一过程，不要不明不白地就被毙掉。因为本人坚决不投国企(包括央企,国有控股,国家所有...只要产权包括中国政府的都没投)和日企,主要投的是外企,所以我就外企文化做这样一个简单的区分。

【欧洲公司】这里指的欧洲公司像 ABB 等,他们的文化比较类似于中国古代的儒家文化,所以希望找 support 型的人,如果你在小组面试中表现得非常 aggressive,可能就不会被 hr 所接受。这里就 ABB 再说一下,这是从 ABB 面试的时候 HR 跟我讲的,ABB 在中国因为和电力行业打交道,同时中国市场已经是 ABB 的第一大市场,所以 ABB 很多时候像国企的作风,比较排资论辈,开会的时候比较安静等等。

【美国公司】这里指的美国公司像罗克韦尔等,也有一些欧洲公司是美国公司的作风,类似于施耐德、西门子。美国公司比较强调个人特色,需要个人特色鲜明,所以在小组讨论中多一些当 leader 的机会会更容易进入下一轮。

#### 【公司笔试的心态】

我想分享一下我的笔试的心态,刚才我细细算了一下,我参加了笔试有远景能源、罗克韦尔、利乐,ABB、史塞克的笔试,都是销售相关的职位,我全部通过笔试。如果说这过程中可以有经验来分享的话,就是把你有信心做对的题目做对,你就通过了。后来偶然的的机会我看到自己的笔试成绩,罗克韦尔 100 分的题目我获得了 30 分,我还是那个面试小组的第二名,一般都在 25 分左右,而且那些人基本上都是交大、同济、华理、浙大的同学,所以其实笔试成绩很低没关系,关键你做对的比别人多一题就够了。



## 3.2 宝隆销售面试

第一次发面经，攒点 rp。。回馈大家。。

今天面试发挥的不错，非常感谢昨晚一位同学的倾情奉献，他的笔经看了受益颇多！在此深表感谢!!!

今天宝隆来的人不是很多，基本都是海事外贸工技大二本院校为多。。不过我还遇到一个同济的研究生。。这个纯粹来玩票的攒面经的是吧。。

可是后来他没选上。。估计 hrjj 们觉得他变数大吧。。毕竟同济的嘛。。

然后今天面试的内容还是超市的一些问题的阐述。。新生大礼包啦。。手推车问题啦。。员工素质低管理混乱啦。。停车场班车等问题啦。。最后一个有点不靠谱。。说什么两个产品，一个减肥套餐和无麦产品比较，货架上哪一个。。

其实问题都还好，同组的讨论氛围很重要喔。。尽量保持热络。。但自己不能没有话语权。。要让自己的某些观点亮于人前。。一味的附和可能你面试也就当了一个陪衬了。。

反正我就是有想法会先说出来，让别同学补充，自己要有思路，不能被别人牵着走，我觉得这很忌讳，还有就是不能太 aggressive。。有个同组的姐姐。。一开口气势老强的。。也不是不好。。说不上来

今天认识了到了朋友也蛮开心的。。不过后来我终面完就走了。。我这人比较信缘分。。如果有缘再会，相信日后还能共话今朝喔。。

最后。。希望大家都能在面试 - 笔试 - 面试的车轮战中，得到最后的归属，其实我觉得。。人能找到自己真正喜欢的真的很不容易，有时候在求职大军中，就丢失了自己的方向，其实我们要的很简单，只要可以有个休憩的落脚就好。。可是为什么寻寻觅觅总这么难呢。。

其实今天我终面很不好。。既然改变不了，只能期待着下一次更好的把握。。

共勉之。。

Man propose, God dispose..

anyway, we'll find our way in the end..

wish u all the best..



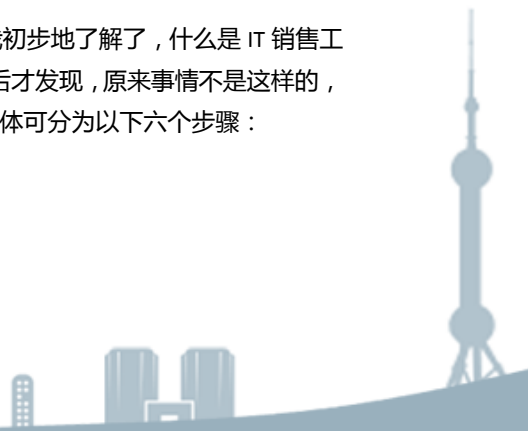
## 3.3 广州奥格面经+我对 IT 销售的看法

广州奥格是广州千千万万 IT 公司中不算很起眼的一家吧，主要是做测绘行业，员工有二百左右人。其实面试经验没什么好谈的，可能因为是小企业，我觉得它的 HR 不是很强，只是看了简历，然后简单地聊聊，就叫我去复试了。复试的时候有一个片刻比较有意思，就是它的经理对所有去面试的男生都问了这样一个问题：这个问题就是你有没有女朋友？对其中一个男生甚至还问有没有过 ons。我深深地觉得有些不可思议！对我，他除了以上的问题外还另外问了我交过了几个女朋友，我直接崩溃，不过还是说了实话，其后再刁难我几个问题，顺利回答之，就行了^\_^。

这次面试实际上没什么好讲，广州奥格通知我去实习，说实习后适合就留下来，其间双方签了一份实习合同（不是三方协议）。说这个是因为我认为小企业毕竟是小企业，一切都是从自己的利益出发，没有考虑到毕业生的就业压力--毕竟去它那里实习了就意味着要失去不少的就就业机会。但我还是去了，去了二个星期的实习，学到了一些有用的东西，也引起了后来一些有意思的故事~

先说实习的东西，主要是培训一些政府 IT 项目的招标投标的东西，也让我初步地了解了，什么是 IT 销售工程师。跟我以前想的不同，以前觉得是把一个软件拿出去卖就是了，实习了之后才发现，原来事情不是这样的，IT 销售，最好是有一定的技术基础。IT 销售是一种技术型的销售，做这个，大体可分为以下六个步骤：

- 1、客户分析
- 2、建立信任
- 3、挖掘需求



- 4、展现价值
- 5、赢取承诺
- 6、跟进服务

顺便说一下，上面六个步骤不是我总结出来的，是《输赢》里的精华来的^\_^。好，接着说我对销售的看法，学到了以上的那些东西后，我对“销售”二字的看法有了很大的改变，以前天真的以为，销售就是吃喝嫖赌，其实这是一种错误的想法，真正的一个销售，是要为客户解决问题而存在的，特别是 IT 销售工程师这样的职位，只有你真正为客户着想，才能了解客户的需求，才有可能了解客户产生这些需求的背后的原因-即它是遇到了什么样的问题，什么样的困难才产生这些需求的。一个强大的 IT 销售，只有做到这一点，才能掌握客户需求，也只也掌握了客户需求了，才能做出一份好的标书，才有可能夺标-创造业绩。因此，那些看不起销售，以为销售是一种低级工作的人是错的，在此我也鼓励你做销售。前提是要满足做销售的条件，条件的问题在前面已经讲过了就不再多讲了。

好，接着讲我对 IT 行业的销售的一点私人看法，我个人认为，做一个 IT 销售是比较有前途的，为什么这么说呢？这是因为一个资深的 IT 销售是很有价值的，而且很难让一个新人所替代，毕竟在相关领域的 IT 资深销售所掌握的较专业的知识不是一个毕业生能在一时半会所能赶上的。也就是说，这种人才保价性高。反观之，假如去做一些王老吉，国美电器之类的销售，就不同了，它的门砍底，销售人员的可替代性就高了，既使你做个五年六年，还是很容易被一个没啥经验的人赶超。

以上是 IT 销售的一些好的地方，不好的地方自然是竞争太过于激烈，除非公司是在某领域里的老大，要不然，做这种销售就比较吃力，即使你有销售技巧，也未必能拿下订单，毕竟人家的产品性值比好于你是事实。因此，我认为，做销售，还是选择行业很重要，最好遵从以下二点：

- 1、要选择行业里的老大，进这样的公司去做销售
- 2、尽可能选择竞争小的行业去销售，这样也能减少你做为销售人员所面对的竞争。

很明显，广州奥格并不符合我对销售行业的选择条件，因此我一直想离开它。后来，也发生了这样的一件趣事：经理在我实习二个星期后，跟我说，我不大适合，意思就是要我走人。好吧，我也不喜欢留，便乐呵呵闪了，之后不久便签了佛山日丰。再过不久后，这家 IT 公司再次联系我，提议让我回去，并给我加薪，我感到可笑，并拒绝了，毕竟，我找到了一个我爱的，也爱我的企业。

### 3.4 佛山日丰销售面试经历

拿到日丰 offer 已经有一个月了,至今才开始写这次的面经是有一些原因的,主要是自己当时仍不想安定下来,期望能找到一份更好的工作。于是便拿了三方,盖了章却迟迟没有把公司的那一份寄过去。

到了今天,终于想通了,把三方的第一联,寄给了公司,到此,我的大四找工生涯便告一段落了,而这个面经,也算是千呼万唤始出来了。

下面让我整理一下思路,好好写出来吧。

我面佛山日丰的职位是国内业务代表,实话说,当初投的时候并没有想太多,我的想法是走销售路线,当时看了这个职位适合我,人也不少,感觉应该不会是一个差的公司,便站进去排队了。排队的过程中和一广外男生聊了会天,觉得现在的就业的确是很困难,竞争也是非常的大。

好了,没有用的话就不多说,到我面了,招聘会的初面对我没什么难度,毕竟是之前面了很多家,因此很淡定地做了一次自我介绍,面我的人事部的宽生先看了我的简历和自我介绍后就没再多说,给了我一张小纸条,告知我第二天去佛山总公司参加复试。关于招聘会初面的这个环节在这篇面经里我就不多说了,有机会再另写一篇日志来讲。

第二天,我是带着犹豫的复杂的心情踏上佛山的路的,之所以这样讲主要还是因为国内业务代表这个职务是要外派的,因此,从广工西区走到地铁站的这个路程中,我信念不算是很坚定。进了地铁站,打了卡之后,就心如此水了,一心就想把它拿下,也没多想了。路线是这样走的,先在大学城南站从地铁到坑口,再在坑口那里的芳村客运站坐车广州至佛山祖庙专线,从上地铁到到达佛山祖庙,总计时间为二个小时左右,因此最好

是留二个半小时的时间。

到达公司总部，感觉是不错的，因为日丰有自已的大厦，取名日丰大厦，十几二十层高。看到日丰大厦后我对它就产生了些许好感，进去日丰厦四楼，见到前一天面试我的宽先生。和另外十几名面试者。后来陆续又来了一些。等了十几分钟后，就被点名叫到了，一共点名叫了八人，我是其中一个。跟随一个女的上了八楼，后来觉得这个女的应该是人事部的梁小姐。之后八人被带进了一间小房子里，等，在等的过程中我看了看在场的各位，本来有意打开话匣子和大伙聊几句的，无奈这时一个三四十岁的中年男子便进来了。

就这样面试开始了，大家坐好后，面试官便要我们自我介绍。大家便按部就班的做了自我介绍，我在别人做介绍的时候拿出纸笔开始记录对方的一些大体情况，如优缺点等。这是我之间的面试经验总结出来的，在人家自我介绍时，做好充份的笔录，是非常有用的，因为在小组面时，这么做的好处是显而易见的，

- 1，面试官会注意到你，因为你比他人更用心，更有准备。
- 2，你能更好的了解你的竞争对手，分析他们对你是非常有帮助的。
- 3，有些小组面会有小组长总结，如果之前对小组成员做了记录的话，就能很好的说出对小组面员的评价。（记录的好处是很多的，这时只是举了一些例子）

自我介绍完之后，是一个案例分析，过去一个月，只能大概回想一些：做为厂方代表，发现某代理商的业务员工资不理想（这个不理想是你站在厂方角度看的，有可能在行业中已经是不错的待遇），然后你要去和代理商负责人谈，让他把员工待遇提高，问你怎么去和代理商谈，如果谈不拢，你会怎么办。这个案例分析不是小组讨论，是个人分析。分析时要做草稿，要求做，做完之后要上交。我采取的是比较强硬的态度去分析这个案例的，就是先以发展的角度来和代理商谈，最重要的是提高员工待遇会给代理商带来实质性的好处，以换位思考的方法来谈，如果谈不拢，则应放弃代理商，另谋其它代理商，因为使用这样的代理商迟早会让公司的利益受到损失。

这一轮过后是淘汰五个人，五人走后，直接从外面叫进新的五人加入我们第二轮的面试。

\*\*\*\*\*

4.29 开的这篇日志，现在终于可以写了，上一篇写到进入二面，二面就是我们在一面中剩下的三个人和新加入的五人再进行一轮面试，这次面试也是给出一道题目，自己单独分析然后给出答案。

题目是：

- 1，组织一个捐款活动，目的是筹到 1000 元，活动对象是同班同学（这个过程中，怎么做这个捐款怎么让人家愿意捐是要解决的问题）
- 2，把你筹到的钱赠与一个目标对象，有以下几种人可选：1）乞丐 2）希望工程的失学儿童 3）弃婴 4）一个掉了钱包的日 ben 游客

这个面试要注意二点：其一是题目的第一部份要把这个活动想象成一个产品，而活动对象（你的同学），就是这个产品的客户，是消费者，你要让他们消费你的产品让他们拿出钱来购买。其二，赠送对象我个人觉得没有什么正确答案，只要你能把你选出来的答案，清楚地表达出你的这个选择的原因就 OK 了，也就是说能自圆其说就没问题。

好了，这一轮过后又有四五个人被刷，又重新进了几个新来的人，新人要再次自我介绍一下。其中有一人我印象很深，他的自我介绍就和讲故事一样没什么分别，从出生讲到 2008 年奥运。这是很不好的，面试官皱着眉头提示到：你继续说，就象聊天一样。他以为真的要他说就没完没了的说，面试官直接崩溃，说我们时间不多了，你就先讲到这吧。所以自我介绍不能这样介绍的！

第三轮印象中记得是要求说为什么水管是圆的，还有给日丰想广告词（不记得有没有这环节了，毕竟过了太久）。这个环节主要是要早点做答，毕竟答案就那么几个，别人讲光了自己就没得讲了。

老样子，这一轮过后就几个人走，最后再进来一个，现场只有五人，新人还是简要自我介绍一下，最后就是要说职业规划。我的职业规划就不说了吧，要注意的就是不要说自己做了几年销售后想当老板之类的，那样的人直接操蛋，走人，因为没有一个厂家希望销售代表几年后利用公司资源去做生意的，你心里想着就行了吧 ^.^ 其它的，怎么规划的就怎么说，比如做销售管理啦，转做市场推广啦。随便怎么说。

最后，二个人走人，留三个人要签约，这时，有意思的一幕发生了，就是一个来自湖南的同学，知道自

已最后一轮被刷下来，不甘心。于是他在那里苦求，说了不少好话后终于给他留下了，因此吧，做销售要厚脸皮是没错的，这一招可谓是最后绝招，非到万不得已就不要用啦！

到此我的日丰面经就算写完了。

日丰的销售是 2600 + 五险+二房一厅商品房+销售提成+业务车旅费报销=====》》》给后来人参考

\*\*\*\*\*

### 销售行业的选择

接着谈销售，我非常明白我对销售的理解是很浅显的。因此，有了今天的故事，我选择了销售之后，我不知道应该进入那个行业比较好。就在 28 号的早上九点左右，广州蓝月亮给我打来了电话，客气的问好之后，便说了恭喜，祝贺我拿到广州蓝月亮的 offer。我听了，很平淡的喔了一声，表示回应，电话那头明显听出了我没有太多的兴奋。了解我的情况后，HR 跟我说给我三天时间考虑，五一前给他答复。

轻轻挂掉电话后，我便开始思考这个问题，我做销售，那么我应该做那个行业的销售好呢？一边是快消，另一边是建材。快消行业是丰富多彩的，发达的快消行业给它注入了许多神奇色彩，这里面包括令人神往的宝洁，联合利华等等有名的公司。

都说做快消，特别是快消里的销售，是很能锻炼人的，许多大企业的高层都是做快消上位的。当然，在做这些的背后，是强大的压力和考验。抛开其它因素不讲，我肯定自己是热爱压力的，因为无压情况下我很容易失去自我。基于这种前提条件下，我尽我所能地去了解蓝月亮，其实也就是上网搜一些蓝月亮在职的业务代表的员工的一些信息，包括博客 qq 等，然后去了解它。

很庆幸自己已有做充分的了解，因为正是这次的了解，我确定了蓝月亮不是我追求的企业，它的销售模式不是我钟情的方式。特别是我看了某博客后，觉得蓝月亮在整个销售渠道上的管理不是很好，只要业务上去了，不管你是用什么方法都 OK。做 KA 销售其实是很有意思的，当然我明白那些采购人员难业务员的时候将会是很让人难受的。加了其中二个蓝月亮员工的 qq，很遗憾的是二人都跳走了，因此我也得不到什么消息了。

另一方面，在工大后院中，有幸找到了几个日丰工作的广工的师兄，他们给我很中肯的，客观的意见，而且我也从他们口中感觉到他们对日丰的热爱。我喜欢做日丰的渠道销售，用阿忍师兄的话来讲，“日丰会较多涉及到和代理商打交道”“厂商关系之间的博弈”，我喜欢这样的销售模式。另外，日丰人的热情我也深深感受到了，我非常乐意，也很开心能加入日丰。

在和阿忍师兄聊完之后，行业选择这个麻了我一小段时间的问题也已经不算是问题了，我选择进入日丰当老大的铝塑管行业，做这个决定，我不会后悔。在此感谢阿忍师兄，binge 师兄，绿州师兄，虽然我从不认识他们，但，同为广工人，同为日丰人，他们给我许多的帮助。非常感谢他们。



## 四、 销售工作职业圈

职业圈链接：<http://www.dajie.com/circle/4658/index>

### 4.1 销售工作职业路径

销售初级→销售代表

销售初级→销售主管

销售初级→销售经理

销售初级工作未来还可能从事的工作有：销售助理、销售工程师、销售总监

### 4.2 销售工作同行分布

#### 销售圈（房地产行业）

他们在哪些公司？

龙湖地产

北京链家房地产经纪有限

中原地产

世纪不动产

天津中原物业顾问有限公

链家地产

龙湖集团

上海中原物业顾问有限公

北京我爱我家房地产经纪

#### 销售圈（进出口行业）

他们在哪些公司？

上海欧源工艺品有限公司

大昌洋行（上海）有限公

上海住友商事有限公司

环球市场集团

美的集团

上海华冶钢铁集团有限公

厦门建发股份有限公司

上海伊藤忠商事有限公司

环球市场集团（亚洲）有

#### 销售圈（医药行业）

他们在哪些公司？

北京诺华制药有限公司

西安杨森制药有限公司

阿斯利康制药有限公司

拜耳医药保健有限公司

杭州默沙东制药有限公司



辉瑞投资有限公司  
上海罗氏制药有限公司  
辉瑞制药有限公司  
中美上海施贵宝制药有限



### 4.3 销售工作热点问题

#### 热点问题：[销售与营销的区别？](#)

街友回答 1：

先说营销，营销贯穿于整个产品，从市场调研，到产品开发，再到终端销售。其目的是针对细分市场交付价值，这种价值可以是实物，也可以是服务。比如飞利浦针对女性开发的剃须刀，其首先做的是市场调研，了解下目前市场针对女性的剃须刀产品，调查女性对于剃须刀的产品需求。在做出市场调研后发现飞利浦有市场机会，最终决定开发这款产品，最终通过终端销售交给了顾客。你应该明白了，销售就是最后的环节。

街友回答 2：

销售就是卖东西；

营销就是营造销售的氛围，也可以说是营造消费的氛围；有策划的内容在里面。

结果是一样，但成果不一样。

#### 热点问题：[如何做好企业对企业的销售](#)

街友回答 1：

首先，你要了解你的客户是什么类型的企业？其实就是说明他是谁？

第二，你要知道你的客户的业务来源？就是明白他要干什么？

第三，你的客户的竞争对手是谁？

第四，你能为你的客户做什么？

第五，你要明白你的业务跟他的业务的契合点？

街友回答 2：

前期的工作主要是要建立起来这样一种供求关系，就是先要成为对方的供应商（比如价格，比如数量折扣，比如质量.....）；

其次，根据双方的需求，以互相满足为前提，互相让步为契机，进一步与所供应的企业提升合作力度；

再次，提升自我企业的服务质量，在保证数量的大前提下，以优于竞争对手的供货质量，供应速度，服务态度等成为需求企业的 A 类供应商；

最后，与需求企业建立稳定的供应链关系。

#### 热点问题：[请问销售该怎么开始？](#)

我本来是读电子的，个人兴趣对电子类也有点吧，想找电子行业的，但发现自己的基础太差，想转去做销售，又不知该怎么开始？这个平台从哪里可以找得到？主要是对自己的能力不太熟悉，所以才一头雾水。麻烦各位大神指点下！

街友回答 1：

现在这个社会不管做什么销售，最主要的还是要有一定的人脉（人脉怎么来的就是看你会不会做人，与人交流与人相处的怎么样），做销售首先要对自己销售的产品了解，其次要对整个行业（包括你有哪些竞争对手，他们的产品利弊在哪里）这些都要清楚。还有不能怕苦不能怕累，经验都是一点一滴积累起来的，不管做什么工作都保持一颗平常心去面对，这样才能做好事情。

街友回答 2：

你好，我认为销售要先学会销售自己。增加一些大众应知应会的知识，如各地新闻、当地风情及当下关注



的话题；对你想做的行业应了解一些产业政策、产品的性能（要知道行业内产品的高、中、低的差别）——这是重点。特别是要具有抗压性、耐性。至于人有脉是需要自己在接受拒绝的过程将客户交成朋友，由朋友介绍朋友积累的。无论做什么只要坚持下来做任何事情都会有结果的。相信自己，确定目标，坚持自己的选择，持续的发展自己。成长的过程也是你走向成功的过程。祝你早日走出迷惘，选择属于自己的道路。



## 五、 销售工作工作经历&感悟



### 5.1 做销售 6 年来的工作感想与体会

转眼间自己踏入社会已经7年了,记得开始时第一份工作是在深圳的一家知名合资电脑企业从事技术工作,工资还算可以,在那公司做了将近一年,但是后面逐渐感觉到枯燥了,那种一成不变按部就班的工作状态不是自己想要的,后面就辞职了。转而在一家网络公司从事业务方面工作,因为是自己第一次做业务方面工作,很多方面不太懂~在公司做的不能说很好,业绩虽平平,但期间心里收获很多,让我开始略懂得了做业务(销售)与人打交道的最基本的东西!回顾做业务(销售)6年的经历,其中包括现在在东莞做的足福斋老北京布鞋专卖店的铺面销售工作与加盟事宜,觉得业务(销售)工作是个非常锻炼人的工作,不但能够学到好多做人的道理,同时也能结识好多各方面的朋友。随着做业务(销售)时间的延长我越来越喜欢这个工作,不单单感受到因为压力带来的动力,更多的是工作中的乐趣。今天想在这里把做销售工作的感想与体会分享给大家。

首先,做销售工作体会最深的莫过于自我管理。销售工作是个相对充实的工作,许多时候靠的就是自我管理,无论是时间还是市场的规划、老客户的管理、新客户的拜访、目标客户的筛选等等,都需要自己来合理的规划安排。所以做好自我管理是能否做好业务的前提。也是我们每个从事业务工作必须要克服的一个难关,自我管理说起来容易做起来难,要克服懒惰和畏惧思想。所以说一个自我管理好的人必须具备很好的说服力,另外又是一个能战胜自己的人,也正应了那句话“最大的敌人其实是自己”。

其次,做好销售工作的另一大法宝就是自信。自信包括对自己的认可,对公司、对产品、对客户的信任,与其说销售工作是个说服过程,倒不如说是一个信心的传递过程,能不能把你的自信传递给客户是你业务能否做成的关键所在。做市场过程中接触的业务员做好的有一个共同的特点,那就是他们都特别自信,很少能听到他们对公司的抱怨,而且他们很少去讨论一些对工作负面的信息,他们往往强化的都是一些正面的信息,对自己树立信心。所以他们的信心往往是最足的,因此在给客户的交流中会很好的传递、发扬,成功的机率就很大。相反如果接触更多的是市场的负面信息、产品的负面信息,那么在和客户沟通就会产生许多顾虑,这时客户就会感觉到你的信心不足,试想你都对你自己的公司产品没信心,那么客户是不会有信心的,这样成功的机率就不会有,如果这样做工作其实都是在做无用功,所以我们每个做业务(销售)的人员都应该去强化自己信心的根源,多接触对自己工作有利的正面信心,并逐渐强化,转化为自己信心的来源。那么我们成功的机率就会逐渐增大,并会对自己的市场有所突破。

再次,就是不断更新、不断超越、不断成长。作为一个业务(销售)人员,要有不断超越的精神,让自己不断的成长!除了多读书,多读报,上网浏览新闻信息外,我认为在工作中,用心去学是相当重要的,敢于向身边的人学习,论语中有句成语:“三人行必有我师”!我们能从客户那里学到丰富的产品知识及产品美中不足的建议,我们也可以从同行那里学到知识,那样才能“知彼知己,百战不殆”,在竞争中,让自己处在一个有利的位置。我们要不断的超越自己,在不断超越自己的同时,你已经超越别人了。我们在做好自我管理的前提下并保持一种乐观的态度、饱满的信心去对待工作,那么,我相信我们每一位的工作总会有所突破的。

刘仁鹏东莞.莞城

2011年5月26日零晨40分

### 5.2 自己对销售(直销)工作的一些感悟



之前随朋友听了一堂安利的培训讲座,主讲人为安利中国公司的销售总监赵洋。很喜欢,一些体会写出来与大家分享:首先声明:本人未参加任何的直销活动。自己对直销公司也有一点了解,最喜欢直销业中对员工的培训和激励机制,我们很多企业应当从中学习和借鉴。现在直销很重视对员工的培训,这里体现出一种理念:高素质的业务员队伍更能体现产品真实价值,提升企业的形象。优秀的企业创造优秀的产品;优秀的产品由优

秀的人来推销，更由优秀的人来使用。企业人员素质高低，影响公众对这个企业及其产品的评价。所以一个高素质的员工队伍，对企业发展是相当重要的，这是作为企业负责人决不能忽视的。事实上很多企业负责人并未认识到这个问题的重要，招聘来的业务员未经系统培训，就派往各地推销产品。试想：现在竞争激烈的市场，那个客户肯使用素质不高业务员推销的产品呢？你的人我都不相信，又叫我如何相信你的产品呢？企业对员工应当充分尊重，建立健全对员工的激励机制，将企业的发展与员工价值体现融为一体，不以工种、级别来评价员工，员工只要努力工作，价值也会相应得以提升，为员工的发展创造更大的空间。员工为公司做事，不能简单的理解为打工挣钱。要把把工作当做事业来做，不为企业，而是为证明自己的存在价值。相信自己只要认真做事，公司会认可自己存在的价值，也会得到相对应的价值体现。直销业中的团队合作尤其值得提倡，在团队中大家相互学习、相互激励、相互合作。现在社会分工复杂，客户的关注点各不相同，而团队成员的知识面各有千秋，我擅长的你未必擅长，你的长处说不定恰恰是我的短处，故相互合作显得尤为重要。面对目标客户，团队的力量要远大于个人，相互配合成功几率也会成倍得以提高。现代企业营销，更应注重团队建设，企业也会很快建立起一支富有战斗力的营销队伍，效益也会得以快速转化。

在销售中，注意向使用者传递正确销售理念。销售的不仅仅是产品，同时是一种高品质的服务，是一种客户价值的提升。及时洞察客户的需求，无论客户使用与否，都要给与最大的服务支持。今天不用我的产品，也许明天会用；他不用，也许他会推荐他的朋友使用。一个只关心自己产品销售，不会与客户沟通，不能及时了解客户真正需求的业务员永远也成不了最好。我想大家都会有如此的体验，在前几年碰到直销人员时（如安利，雅芳及各类保险业务），对方往往和你聊不了几句，就迫不及待的推销产品，不管你是否需要。以至现在大家一看到直销人员就会躲的远远的，而直销业的名声在大家心目中也是不敢恭维的。销售是一种服务，而且是一种持续服务，贯穿售前售后，不要售完就万事大吉。售后服务更能体现企业及业务人员的素质高低，对客户及时进行回访，了解客户的使用情况；为客户提供使用建议，帮助客户及时熟悉产品；对产品使用过程中出现的问题注意在第一时间解决或及时出现在现场，使客户有被尊重的感觉，企业的口碑营销才会真正得以实现，从而拓展企业的另一良性营销渠道。

以上是自己的一点体会，不一定对。我不是专业营销人员，自己尝试做营销也有一段时间了，基本是凭感觉去做，水平提高很慢，对自己店的业绩提升帮助并不大。相信销售道理是相通的，虽然自己不做直销，但今天听了这一讲座，感觉很好。现在社会更应加强学习，善于借鉴前人的成功经验，缩短自己成功的时间，时间就是金钱！产品只有通过销售才会转变为真正的财富，财富的积累与自身能力的高低是成正比的！做事正确，做人成功，财运会自动找上门的！成功的人士都是在为事业而打拼，绝不是为了挣钱去工作！心有多大，你的舞台就会有多大！

### 5.3 应届毕业生销售感悟

作为一个应届毕业生，能够在酒王办事处工作是一件值得庆幸的事情，使我能够在这高平台的岗位上发挥、锻炼。在经过了一个周的学习，我现在已经适应了公司的运作，但是这并不代表我已经完全能够胜任我目前的工作，只能说是在不断的学习、进步。我在工作中感觉到了公司的蓬勃发展、规范运转、实力雄厚与未来广阔的发展空间。

(一)我对我的工作的基本情况的了解

1. 终端只是做市场

凭借企业的优势去协助经销商，帮助经销商分销，出现问题都以积极的态度去对待，起到“桥梁”的作用。

我们做市场，经销商赚利润。

2. 观察市场，了解其变化

①收集竞品信息，知己知皮，才能百战百胜，及时了解竞品的各种情况（如价格、促销活动、陈列、优惠政策等）。

②终端的销售情况，了解了一定时间内我们的产品的销售情况，制定相关的工作方向，比如在销售淡季的时候，我们要做的就是维护客情。

③终端进货渠道，通过了解进货渠道，可以大致判断一下是否有串货的情况发生。



④陈列，好的陈列能够使消费者一进门就能看见我们的产品，产生先入为主的想法，这对于我们是很重要的，所以我们一定要维护好客情，才能让我们的产品的陈列做得好。

⑤串货，串货的发生从侧面也反映了我们的产品的销售情况较好，但是不好好的控制就会造成市场的价格混乱，而市场价格混乱会使一些本来想上我们产品的名烟名酒店产生退却的心理，所以抓串货是一直以来的工作重点。

#### (二)我的心得体会

通过一周的渠道工作，让我感到做渠道工作容易，想做好就是一件非常不容易的事情。可以用总结五条：一细二勤二要。一细即心细，二勤就是嘴勤、腿勤，二要是皮要厚、嘴要甜。

##### ①心细

在处理日常工作过程中，会遇到客户需要调价单，对我们工作的建议等，如果心不细把他们的事情忘掉了，就会让客户觉得你不够重视他，虽然是小事情，但足以以小见大，所以必须记住。另外，在平时沟通的时候，注意一些细节问题。

##### ②嘴勤

俗话说：商场如战场！信息是非常重要的，一个重要的信息就可带来丰厚的利润，所以在日常工作过程中，对于信息的传递是至关重要的，尤其是价格的调整、库存、促销政策等等，一定要及时的传递。

##### ③腿勤

这个就是要求我们需要经常跑动，只有经常接触，客户才会熟悉你，了解你，信任你，只有建立了相互信任，我们的工作才能更好的开展。

##### ④皮要厚

遇到客户抱怨的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到客户不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

##### ⑤嘴要甜

没有人不喜欢被人夸，在称呼上一定要注意，什么时候可以直呼其名，什么时候要注意，要面子的时候给足面子。

以上是我的几点体会，自我感觉认识的很片面，诚恳的希望领导能给予指正。

#### (三)工作中存在问题及总结经验教训

在最近的工作中，自我感觉也出现了很多问题，主要有以下几个面

##### ①没有抓住重点

每天下午报告一天的工作，总觉得是一无所获，感觉每个客户反映的情况都一样，但是具体干了什么，却也说不出个所以然，经过领导的指导，发现主要是因为没处理好事情的轻重缓急，没有抓住客户反映的重点，所以感觉到一天忙忙碌碌但是总觉得一无所获，在以后的时间里我会注意这方面的问题，加以改正。

##### ②缺少经验

在工作过程中，做的最多的就是和人打交道，经常遇到一些问题，这种时候需要多方面的知识和经验。所以，我要在以后的工作过程中，总结自己的不足，随时给自己充电，同时也希望同事能给我讲解各种知识，让我快速的成长起来。能更好的为公司工作。

##### ③探索

目前对自己所做的渠道工作还是不满意，我认为渠道的工作应该是多方面的，但是我目前只能作一些如我自己总结的那些事情，所以在以后的工作时间内，希望公司领导能给予我最大的帮助，指引我向正确的方面去发展。

#### (四)下一步的工作计划

①克服浮躁的心态，开始一步一个脚印地调整工作心态，不再浅薄，不再急躁，不再光着身子游泳，





而是扎扎实实地去学习、总结和创新。

- ②继续学习销售技巧，积累经验
- ③继续学习怎么发现串货，怎么辨别串货
- ④学习企业文化

我会尽己所能，在以后的日子里，努力作好工作，不辜负公司对我的信任与培养。

## 5.4 在我做销售总监的日子

在我做销售总监的日子里

一毕业，我就进入了一家房地产公司，在不到半年的时间内，做到了销售总监的位置，在朋友看来，我是幸运的，表面上似乎很风光，可是只有自己知道，自己到底能吃几个馒头，到底有多大的能耐。

且不说自己来公司以后有多么的努力，给公司提了多少条建议，做了多少实际的工作。包括公司整体的 CIS 全套方案，等等，是努力了点，责任心有一点，但能力真的没有多少……

自从做了销售总监以后，工作比以前忙多了，唯一能满足虚荣的是，手下了几十人，能过过管人的瘾，这可能对于刚毕业的学生来说是一种奢望，可是我做到了。

我们当时在北京郊区开发了一个大型的商城项目，总投资几个亿，当客户见到我的时候都很惊讶，“销售总监原来是个帅气的小伙子？”眼中充满了惊奇和怀疑

在接下来的日子里面，我兢兢业业的工作，亲自进行市场调查，走访客户，没白天没黑夜的工作，终于把国际商城的整体策划方案、宣传方案、销售业务流程、销售代表培训课程等，获得了公司领导的一致称赞，公司的楼盘也在一天天的成长起来

经过的周密的市场调研和脑力激荡之后，我提出的“倡导快乐经商新概念”在实际的运做过程中获得了验证，我几个月的工作没有白费。

这或许对于我来说，比我当销售总监更让人兴奋，在一个自己原本不能胜任的职位上，超常的发挥了自己，突破了自己的发展瓶颈。

对于一个刚毕业的大学生，做到销售总监的位置不容易，如果能做好就更不容易。

可是在本来顺利的时候却出现了意想不到的事情……

从我走马上任销售总监时起，时刻面临着各种压力，一是来自于工作方面的压力：到现在真正用知识的时候才发现自己学的东西真的太少了，不知道从什么地方入手工作；更大的压力则来自于工作同事，他们大部分都是在公司工作了很多年的老员工，俗话说，没有功劳也有苦劳，他们没有办法接受一个二十刚出头的年轻毕业生的管束。

销售部有一位销售副经理，今年已经五十有六，从 23 岁就一直一直在公司上班，可谓是公司元老人物，销售部有相当一部分的人“紧密”的团结在他的周围，处处和我作对，还时不时在公司老总和董事长面前说我的坏话，幸运的是公司领导阶层一直很支持我的工作。

为此，我整天头痛，虽然没有达到茶不思饭不想的境界，可是还是在一个月的时间内体重减了十斤，现在回想起来那段日子，仍然有点寒。

企业的“企”，从形体来看由“人”和“止”组成，不知道祖先在创造这个字的时候是不是有意告诉我们企业的经营“始于人又止于人”。

在那个近乎黑暗的时候，唯一的精神支柱就是被有“商佛”之称的 19 世纪朝鲜巨富林尚沃的一句话“财上平如水人中直似衡”，虽然我却一直没有参透，但不可否认，这句话给我带来的启示对我的工作起到了很大帮助。

兵法云：多谋者多胜，少谋者不胜，更况不谋乎。人或许就是在压力下不断成熟起来的。

针对当前的一些问题，我不能不采取措施，否则该项目的整体工作不能启动，会直接影响到整个项目的进展，或许我一辈子就完了。但我如何入手呢？面对在公司工作了多年的老员工，一味的迁就已经不是办法，我决定来一个敲山震虎。

我连夜写出了一份《关于向董事会提请进行企业内部改革的建议》，该建议主要从企业整体角度出发，结合



公司员工整体年龄偏大、素质普遍偏低的情况，建议进一步实行竞争上岗和末位淘汰制，并引进一批年轻、有学历、有活力的员工，重新恢复公司活力。

公司董事会最后顶住了来自于多方面的压力，使得这项工作得到了彻底的执行，就销售部来说，老员工数量从原来的 16 人降低到 6 人，引进本科以上学历，年龄在 27 岁以下的员工 10 人，我心里不仅有底了。

那时候心里暂时松弛了一下，心里想：这下好了，我现在主要用新员工来做事，你老员工不是不愿意做事吗？不是总愿意跟我作对吗？好，我就把你挂起来，到年底进行综合考评以及末位淘汰的时候，看你怎么办。

接下来的工作顺畅多了，在接下来的两个月里面。我充分调动新员工的积极性，让他们对北京以及周边市场进行了细致的走访，并根据市场调查制定了很详细项目整体策划方案。当取得胜利的时候不要得意忘形，老势力不会永远忍下去，一旦你有把柄在他们身上，他们就会迅速聚集起来，从而给你致命的打击

从对公司进行了一次改革之后，各方面的工作真是顺畅多了，那不是简简单单可以用一个爽可以说的出来的，年轻的新员工们对我分配给他们的任务，总是很努力的去完成，结果我也很满意，因此，作为一名负责人我当然不能亏待了我的下属，于是部门之间的聚会就较以前要多一些；而那些老员工态度也比以前好多了，看来应该是我已经摆平了这件事情，我也整天处在陶醉中，情绪有点漂浮，毕竟很年轻，有的时候可以承受压力却不会享受幸福

好日子没有过多长时间，一次聚会中出了点事情，也使得我面临从来没有过的压力。

那是，我们一个部门聚会，由于高兴，大家都喝了很多的酒，酒就是这样，他可以让人乱性，当时我们都说了很多的话，包括对公司领导的意见，当时老员工也在场，大家都喝的有点迷糊，谁也没有顾及那么多，所以也就畅所欲言了。

如果大家在喝完酒之后，都好好的回去睡觉，事情或许不会发展到那摸糟糕的地步。坏就坏在大家当时都太兴奋了，一块跑到一个旷野上，大声的喊叫，毕竟都是年轻人嘛。

这个时候，警察出现了，把我们带到了警局，让我们做检讨，当时一个员工竟然动手打了警察.....

后果自然不堪设想，最后整个公司都知道了这件事情，作为部门领导人，我有不可推卸的的责任。

福无双至，祸不单行，这个时候，老员工们终于找到了我的命门，并给予了致命的一击，他们背地里联合起来，给我捏造了“88”条罪状，并提请董事会以及房管局领导，要求开除我，当我听到这个消息的时候，我心里充满了无比的恐怖，好象一下子从天上掉到了地狱里面，作为年轻人，我没有承受过这样大的压力，也没有想到一件简单的平凡的事件竟然可以导致一场“政治斗争”。那时的我真想不干了，另找工作，凭借我做的一些成绩，不会没有单位要我，但我又犹豫不定，我不甘心，就是一个不甘心以及我好强的个性，使得我最后决定与他们斗争到底。

成长永远伴随着烦恼，问题和机会总是相伴，有的时候放弃也未尝不是一种美丽，过去的日子总是值得留恋，时间象风，往事也随风而去，我们能做的就是珍藏回忆，在自己的人生中走好以后的路。自从发生上次醉酒事件以后，很长时间我都没有振作起来，幸运的，老总和董事会在背后给了我很大的支持，使得我的工作能顺利的进行。

那一段时间，在大家的努力下，公司业绩直线飙升，可是心里总是感觉很别扭，也许是心里的因素吧。如果不是一次公司领导的变动，或许我会这样下去，以后的我和现在的我又是两样，我或许就没有机会在这里跟大家共同交流经验，讲述自己的历程。

就在去年年底，公司领导层发生了变动，原来公司总经理，因身体原因辞职，我们的项目又由公司另外一老总负责，新老总对我也很好，工作方面也给了我很大支持，可我就是心里特别的别扭，终于在女友的再三撺掇下，我辞职了。

我认为，经过这次事情，我会成熟很多，以后的路也会很顺利，可是事情往往没有预想的那摸好，在接下来的日子，一开始吃了很多的苦，直到两个月以后才稳定下来，这才有了这样一个机会和大家一起交流心得。

## 5.5 作为新人在贝迪销售工作的两个月

从进贝迪之前的无比兴奋到进去之后的平静，感恩，到现在的适应，不断的自我学习和提高，有酸有甜。

在贝迪工作，充满着自由，上班不打卡，老板也不在乎我们是在家，客户还是在办公室工作。这正好适合我，有较好的自我约束管理能力，希望做事讲效率，能充分发挥自己的潜能，经常反省自己，以比较高的要求严格要求自己。

实话说，进贝迪之前我都不知道有这个公司，更不知道它是做什么的。我从电子元器件的销售到贝迪，最大的感觉是我们需要懂得很多工程方面的东西，会看机械图纸，会推荐材料和懂得适当的加工工艺从而保证客户的想法/设计能够完美实现。要从成本，工艺可行性和材料。等各个方面为客户提供解决方案。我来到贝迪的第一个月，没有电脑，也几乎没有任何人引导，全靠自己摸索看一些资料。那个时候云里雾里，不过，感觉每天都更加熟悉一些。一个月后，我开始正式的分担两个项目，直到现在。在跟项目的过程中，熟悉了公司的流程，了解了客户的需求，逐渐了解了贝迪的业务模式。接下来，我要更加用心的把我的项目做好，不要让竞争对手抢去，要拿到更多的定单。我要更加专业，通过工程学习提高，从而能给客户提供更加专业的服务。用心，细心，成熟，老练，能承受压力。

我知道，从我第一次尝试销售，我从不会到会，经历了一个过程，那个过程有辛酸，有苦楚，有受气。因为你得请教别人，而别人有经验，有时候有些人会。。。。。。反正，感觉不是很好。也许我是太有自尊心的人，总是希望自己很强，希望完美，所以有时候觉得很难受。可是最后，我在那个公司(hcc)干得非常出色，效率很高，做事很积极，得到了高层老板的喜欢。现在我在贝迪有时候是同样的感觉，觉得自己不差，现在比别人差的就是时间，在贝迪没有别人干得久，少点专业知识和业内经验，但是我是善于学习的，细心的，不断追求进步，不甘落后的，我是要把这些都掌握的。我相信，再过两个月，我就会比较专业，我会加倍努力。

有时候，不要太好强，否则，就会因为别人的一个不屑的表情而伤心半天。相信自己，在一次面试就可以让老板当场肯定，我是有我的优点的。所以，要在有些时候坚定信心。

不管别人如何，我一定奉行我的做人原则，我觉得是我体现自己人生价值的地方，也是我的追求，那就是虚心，谦卑，礼貌，善良，勤奋，决心，追求进步，热心！我不是天才，所以我一定会在某些时候某些方面受到责备和不尽如人意。所以，我有改善的余地，这是我高兴的地方。只要不让同样的错误再次发生。我觉得我是一个有心的人，别人的话，我都用心记着，就是长个心眼。当然，这不是吝啬，小心眼那个方面。"你在桥上看风景，我在桥上看着你。"我希望不断进步，做一个能够把握大局看到事情本质，不局限于但重视小节，不生别人的气，大度慷慨，果断成熟的人。

为一个销售人员，应该能承受压力，能够自我调节，能够不把各种责备，不礼貌，或者残酷的竞争以及一些琐碎的事放在心上，要象海洋一样，可以容下很多！又要象水一样，很柔，能够接触不同的人，了解不同的个性，最好是个社会学家和心理学家，把这一切当成现象，而不是左右自己生活的幸福的因素。要知道，我已经做好了准备，销售中面对一些tough的人，他们会让人不悦，没有关系，我不能期待世界的完美，所以，我要很柔，可以容纳所有形状的东西。

我喜欢这样的工作。我要开心快乐的学习工作，得到进步。我会时刻反省自己，不对的地方，一定长个心眼，下次更好些。所有过去的痛苦都是快乐。

我要象我们原来公司的香港人jonathan学习，低调，活跃，有才能，日语英语超级流利，专业背景深厚，谦卑，大方，灵活，充满魅力，他还可以买得起benz跑车。

有自己的个性，做自己想做的，这才是生活。当然，这不是脱离大众，不是做社会的另类，而是希望出类拔萃！用行动语言，真诚和实际能力感染身边的人，也感动自己！

有梦想而生活！珍惜所拥有的一切，不断向前！用事实说话！做最想做的自己！

成功的人，都要能忍受吧！

我正在做我想做的事情，我喜欢销售这个我梦寐以求的工作！



## 六、销售工作相关资料延伸阅读

### 6.1 成功销售员应该具备的十大素质

#### ◇第一项素质：强烈的自信心

销售员销售的第一产品是什么？就是销售员自己。把自己成功的推销出去，你的销售就成功了一半。很难想象，一个对自己都没有信心的人，又怎么可以把自己、把公司的产品成功的销售给客户。

成功销售员都具有强烈的自信心和自我价值。信心来自哪里？信心来自了解。我们要了解我们的行业，了解我们的公司，了解我们的产品。另外，我们一定要了解我们自己。

下面是三个提升信心的方法：

1) 想象成功。信心是可以通过对成功形象的想象来重建的。想象一下你曾经成功的说服过别人，想象你曾经有过的一次成功的恋爱经历，想象你以前曾经成功的说服客户达成交易的经历。让成功的影象牢牢的印在脑海里，不断刺激你的神经，你就会发现你已经革心换面，充满活力，以饱满的斗志迎接新的一天！

2) 总结过去失败的经验。失败不是成功之母，总结才是成功之母。通过总结，人们在失败的经验上学习得到的更多。世界上从来就没有一帆风顺的成功者，成功者都是在不断的总结失败的经验上获得最后的成功。当贝尔发明电话的时候，有成千上万的人失败了，放弃了，只有贝尔和爱迪生离成功最近，但是，最后法院把专利权判给了贝尔。为什么？就是因为贝尔比爱迪生多一“点”，他把电话机的一颗螺丝旋转了90度，从而改变了电话的音质。贝尔的成功就在于他不断失败和在失败后的总结。成功其实就是比失败多那么一“点”。

3) 集中注意力。把你的注意力集中到正面、积极的思维上来，充分调动你所有积极的心态，不要让消极的情绪影响自己。消极的情绪就象癌细胞会在我们的思想内扩散，会在人群里传染，如果不把它从自己的体内切除，那么，它最终会毁了我们的事业和前途。

#### ◇第二项素质：勇敢

销售人员最恐惧的是什么？就是被拒绝。下面是几个问题：a、你对被拒绝的定义？什么事发生了你才算是被客户拒绝了？b、客户用怎样的语气对你说，你才感觉被拒绝？c、你的客户的面部表情怎样的时候，你才感觉被拒绝？

设想一下，你到商场去买衣服。当你迈进商场的时候，马上就会有一位笑容可掬的导购小姐来到你的面前，不厌其烦的向你介绍各种款式、面料的服装。这时候，你神情严肃，板着面孔，目光挑剔，时不时还和她讨价还价。可是，有经验的导购小姐会怎么样？最后，她一定要想方设法的促成这笔交易。

想一想，当你鼓足勇气迈进客户的门槛，面对顾客冷冰冰的表情和冷冰冰的语气，或者是毫不顾忌你的成本、你的感受的砍价，你是否感到了恐惧？你是否还有勇气下次再踏入那张门？你是否会落荒而逃？

怎样才算是失败？什么是拒绝？失败就是我暂时还没有成功，我离成功还差那么一“点点”！没有永远的拒绝，只有客户暂时还没有接受，我还没有说服他，我还有机会！

#### ◇第三项素质：强烈的企图心

强烈的企图心就是对成功的强烈欲望，没有强烈的企图心就不会有足够的决心。

曾经有个男孩，爱上了他大学的一个女同学。可是，那个女生爱上了另一位白马王子。可这个男孩从来就没有放弃，一直不懈的追求她。到了大学毕业了，他还是没有放弃。在女孩就要和她的白马王子结婚的时候，他还是在不停的去找她。终于，有一天，女孩受不了了，把这个男孩告上了法庭。男孩当然败诉。出了法庭后，男孩对女孩的那位白马王子说：“你如果不放弃，我一定不放过你！”在这种压力下，那个白马王子放弃了。男孩也得到了他心爱的姑娘。

强烈的企图心有四个特征：





强烈的企图心是销售人员对产品无比信心的动力。

企图心的强度大小受环境的影响。

企图心可以通过对视觉的成功影象的刺激而培养。

通过学习和成功者在一起，可以培养强烈的企图心。

成功的销售员都有必胜的决心，都有强烈的成功欲望。成功的欲望源自于你对财富的渴望，对家庭的责任，对自我价值实现的追求。

#### ◇第四项素质：对产品的十足信心与知识

成功的销售员都是他所在领域的专家，做好销售就一定要专业，具备专业的知识。在美国，曾经有一家电厂的发电机坏了，请了一位电机专家来检修。专家来了以后，这里看看，那里听听，最后，在电机上用粉笔画了一个圈，说：“毛病在这里。”工人们把那里打开，很快就修好了电机。最后，厂家付报酬的时候，专家要了10000美金。大家很不服气：“就用粉笔画了一个圈，就要10000美金？”专家说：“用粉笔画圈收1美金，知道在哪里画圈收9999美金。”结果大家都服了。这就是专业。专业应该得到专业的报酬。

销售人员除了对销售的技巧的娴熟掌握以外，还应该对自己产品的知识要专业。不仅对自己的产品知识要专业，还要对竞争对手的产品要熟悉，熟悉行业的标准，熟悉市场的分布和前景，了解价格和促销等等的变化。这样，才可以知己知彼，百战不殆。

记住：你的客户不会比你更相信你的产品，你的客户是靠你对产品的信心和你对产品的专业而说服的。说服本身是一种信心的转移，你把你的信心传递给了你的客户，从而，你和客户一起共建了你成功的桥梁。



#### ◇第五项素质：注重个人成长

学习的最大好处就是：通过学习别人的经验和知识，可以大幅度的缩短一个人的犯错和摸索的时间，使我们更快速的走向成功。

有个年轻人来到了小河边，看到三个年老的长者在河边垂钓。过了一会儿，一个老者起身，说：“我要到对岸去，”于是，老者蜻蜓点水般在水面上飞快地点了几下，就过去了，年轻人很惊讶。过了一会，又有个老者也向第一个老者一样过去了，年轻人看呆了。又过了一会，第三个老者也起身从水面过去了，这下，年轻人认为自己是遇上了神仙，他决定一定要拜他们为师，于是，他也试图象他们一样蜻蜓点水而过，谁知“扑腾”掉到了水里。三个老者把年轻人救起，问他为什么到水里，年轻人把他的想法说了出来。三个老者哈哈大笑：“年轻人，我们在这条河上走了几十年了，对河里的每一块石头都非常熟悉，所以，我们可以很轻松的过河。你不熟悉，什么不会掉到水里呢？”

顶尖的销售员都是注重学习的高手，通过学习培养自己的能力，让学习成为自己的习惯，因为，成功本身是一种习惯和能力（思考和行为习惯）。

成功的销售员都是在不断的通过学习超越自己，并且，在销售的团队里形成学习的氛围，学习的组织，有利于自我的提升和组织素质的提升。

#### ◇第六项素质：高度的热忱和服务心

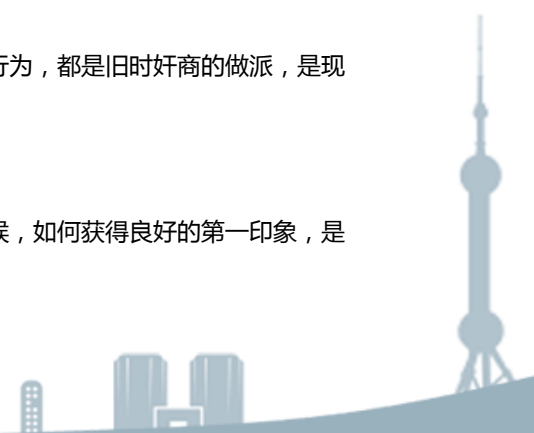
21世纪是个营销的时代，营销最重要的一个内容就是服务营销。成功的销售员不是为了完成一次交易而接近客户，而是把客户当成自己的终身朋友，建立长期的服务关系，并且借助客户的成功帮助自己成功。他们关心客户需求，表现为随时随地地关心他们，提供给客户最好的服务和产品，保持长久的联系。成功的销售员总是以诚相待，以信取人，以谦和的态度面对每一个客户和潜在的客户。



在销售过程中，投机取巧，急功近利，甚至不惜杀鸡取卵，自断后路的行为，都是旧时奸商的做派，是现代营销的大忌。

#### ◇第七项素质：非凡的亲合力

销售人员销售的第一产品是销售员自己，销售员在销售服务和产品的时候，如何获得良好的第一印象，是



至为关键的事。这时候，你的人格魅力，你的信心，你的微笑，你的热情都必须全部调动起来，利用最初的几秒钟尽可能的打动客户，这就需要销售员具备非凡的亲合力。

有一个简单的例子：笔者在做快速消费品市场的时候，曾经有几个销售员到了一家店里，都被老板拒之门外，后来，本人亲自去了。到了客户那里，客户正在忙他自己的事，我站了一会，一直保持着微笑和安详的神态看着他，偶尔帮他一下手，几分钟后，老板对我说：“我看了你就顺眼，你的产品我要了，要是别人来，我就是不要。”后来，这个客户成为了我们的长期稳定的客户。

由此可见，亲合力是营销员无形的杀伤武器，它可以化干戈为玉帛，达到四两拨千斤的作用，给销售员带来更多的收获。

#### ◇第八项素质：成功的人不断突破，失败的人不停抱怨

在销售管理中，我们会发现，越是销售做得差的销售员，他的抱怨和理由就越多，成功的销售员总是对自己的结果负责，100%的对自己负责，他们总是在不断的寻找成功的方法。为什么会这样呢？

人与人最大的区别是什么？人与人最大的区别就在于脖子以上的不同，那就是观念的不同产生了不同的思维方式，也产生了不同的行为和结果。失败的销售员总是把因果都寄托与外在的环境和别人的身上，他们永远是用打工的态度对待自己的工作，一旦受挫，他们就退缩了，就编织了种种抱怨和理由来搪塞，来减轻由于失败的结果对自我的压力，而力图使自己的心理平衡。

失败的销售员是不愿承担责任的人，是没有勇气的人，是最害怕失败的人。

成功的销售员与此相反，他们敢于面对挫折与可能的失败，他们百折不挠，他们积极进取，乐于学习，他们没有时间抱怨和找理由，他们心无旁骛，目光盯住的就是成交，扩大战果，他们在寻找更好的方法，他们在做自己的老板。要为成功找方法，莫为失败找理由！

#### ◇第九项素质：明确的目标和计划

成功的销售员有明确的目标和计划，他们总是在不断的调整自己的目标，制定相应的计划，并严格的按计划办事。日本保险业的推销大王原一平，给自己的目标和计划就是每天拜访20个客户，如果那天没有达到，他就一定不吃饭也要坚持晚上出去。就是凭了他这种坚韧不拔的精神，使他当之无愧的成为顶尖的销售大王，也给他带来巨大的财富。

工作我们的计划，计划我们的工作。销售员要有长远目标、年度目标、季度目标、月目标，并且把明确的目标细分成你当日的行动计划，比如要达成目标你每天要完成多少拜访？你要完成多少销售额？你今天拜访了哪里？明天的拜访路线是哪里？每天，心里都应该清清楚楚。

没有目标和计划的销售就好象是没有航标和双桨的船，只有在江面随波逐流。没有目标和计划，销售员也无法对自己的工作成绩进行评估和总结，他不记得自己的产品卖到了哪里，他要浪费大量的时间，他的业绩停滞不前，因为，他没有记录。没有记录的事情就等于没有发生。

#### ◇第十项素质：善用潜意识的力量

人类因梦想而伟大，所有的伟人都是梦想家！成功的推销员都是敢于坚持自己的梦想的人。设想，我们在儿时，在年少的时候，曾经有过的梦想是什么？今天，我们的梦想还有多少？有多大？我们会发现，随着岁月的增长，我们的梦想越来越小。面对梦想，我们连承认的勇气也没有。

坚持你的梦想，用财富的砖头敲开你梦想的门。为了家人，为了你自己，勇敢的追求财富，追求梦想！钱，不是万能的，可是，没有钱却是万万不能的！如果你的家人病卧床头，一个有钱，一个没有钱，哪一个最有希望挽回你家人的生命？结果显而易见。

坚持梦想的方法就是不断的用具体的、可以激励自己的影象输入自己的视觉系统，用渴望成功声音刺激自己的心灵，可以多看一些成功学、励志的书籍，可以看一些成功者的传记，可以听一些销售与成功的讲座。

梦想是燃烧在我们心灵里的篝火，别让这篝火熄灭，别让漫长而冰冷的长夜长久的占据我们的心灵！具备了成功销售员素质的人未必成功，没有永无止境的学习和良好的方法，会让人止步不前或挫折重重，台塑集团

企业经营和健康之神王永庆就一再强调：过去不代表现在，更不能代表未来！活到老，学到老！彼德·圣吉在《第五修炼》中也强调个人要终身学习，企业、组织要组成学习型组织。成功的人都不断学习，不断复制，融会贯通。

## 6.2 从事销售的十大必备心态

自从神奇教练米卢登陆中国后，“态度决定一切”这句话就常常出现在我们的耳边。不错，态度真的决定一切，可是什么样的态度将决定什么样的一切。态度是一个人对待事物的一种驱动力，不同的态度将决定产生不同的驱动作用。好的态度产生好的驱动力，注定会得到好的结果，而不好的态度也会产生不好的驱动力，注定会得到不好的结果。同时，对待任何事物不是单纯的一种态度，而是各种不同心态的综合。作为庞大军团的销售队伍，又应该有什么样的心态呢？

### ◇积极的心态

首先我们需要具备积极的心态。积极的心态就是把好的，正确的方面扩张开来，同时第一时间投入进去。一个国家，一个企业肯定都有很多好的方面，也有很多不够好的地方，我们就需要用积极的心态去对待。贪污犯还有，可是我们应该看见国家已经大力的整顿了；企业有很多不尽合理的管理，可是我们应该看到企业管理风格的改变。也许你在销售中遇到了很多困难，可是我们应该看到克复这些困难后的一片蓝天。同时，我们应该就正确的、好的事情第一时间去投入，唯有第一时间去投入才会唤起你的激情，唯有第一时间投入才会使困难在你面前变的渺小，好的地方在你眼前光大。

积极的人象太阳，走到那里那里亮。消极的人象月亮，初一十五不一样。某种阴暗的现象、某种困难出现在你的面前时，如果你去关注这种阴暗，这种困难，那你就因此而消沉，但如果你更加关注着这种阴暗的改变，这种困难的排除，你会感觉到自己的心中充满阳光，充满力量。同时，积极的心态不但使自己充满奋斗的阳光，也会给你身边的人带来阳光。

### ◇主动的心态

主动是什么？主动就是“没有人告诉你而你正做着恰当的事情”。在竞争异常激烈的时代，被动就会挨打，主动就可以占据优势地位。我们的事业、我们的人生不是上天安排的，是我们主动的去争取的。在企业里，有很多的事情也许没有人安排你去作，有很多的职位空缺。如果你去主动的行动起来，你不但锻炼了自己，同时也为自己争取这样的职位积蓄了力量，但如果什么事情都需要别人来告诉你时，你已经很落后了，这样的职位也挤满了那些主动行动着的人。

主动是为了给自己增加机会，增加锻炼自己的机会，增加实现自己价值的机会。社会、企业只能给你提供道具，而舞台需要自己搭建，演出需要自己排练，能演出什么精彩的节目，有什么样的收视率决定权在你自己。

### ◇空杯的心态

人无完人。任何人都有自己的缺陷，自己相对较弱的地方。也许你在某个行业已经满腹经纶，也许你已经具备了丰富的技能，但是你对于新的企业，对于新的经销商，对于新的客户，你仍然是你，没有任何的特别。你需要用空杯的心态重新去整理自己的智慧，去吸收现在的、别人的正确的、优秀的东西。企业有企业的文化，有企业发展的思路，有自身管理的方法，只要是正确的，合理的，我们就必须去领悟，去感受。把自己融入到企业之中，融入到团队之中，否则，你永远是企业的外人。

### ◇双赢的心态

杀头的的事情有人干，但亏本的买卖没人作，这是商业规则。你必须站在双赢的心态上去处理你与企业之间的、企业与商家之间的、企业和消费者之间的关系。你不能为了自身的利益去损坏企业的利益。没有大家且有小家？企业首先是一个利润中心，企业都没有了利益，你也肯定没有利益。同样，我们也不能破坏企业与商家之间的双赢规则，只要某一方失去了利益，必定就会放弃这样的合作。消费者满足自己的需求，而企业实现自己的产品价值，这同样也是一个双赢，任何一方的利益受到损坏都会付出代价。

### ◇包容的心态

作为销售人员，你会接触到各种各样的经销商，也会接触到各种各样的消费者。这个经销商有这样的爱好，

那个消费者有这样的需求。我们是为客户提供服务的，满足客户需求的，这就要求我们学会包容，包容他人的不同喜好，包容别人的挑剔。你的同事也许与你也有不同的喜好，有不同的做事风格，你也应该去包容。

水至清则无鱼，海纳百川有容乃大。我们需要锻炼同理心，我们需要去接纳差异，我们需要包容差异。

#### ◇自信的心态

自信是一切行动的源动力，没有了自信就没有的行动。我们对自己服务的企业充满自信，对我们的产品充满自信，对自己的能力充满自信，对同事充满自信，对未来充满自信。自己是将优良的产品推荐给我们的消费者去满足他们的需求，我们的一切活动都是有价值的。很多销售人员自己都不相信自己的产品，又怎么样说服别人相信自己的产品。很多销售人员不相信自己的能力，不相信自己的产品，所以在客户的门外犹豫了很久都不敢敲开客户的门。

如果你充满了自信，你也会充满了干劲，你开始感觉到这些事情是可以完成的，是我们应该完成的。

#### ◇行动的心态

行动是最有说服力的。千百句美丽的雄辩胜不过真实的行动。我们需要用行动去证明自己的存在，证明自己的价值；我们需要用行动去真正的关怀我们的客户；我们需要用行动去完成我们的目标。如果一切计划、一切目标、一切愿景都是停留在纸上，不去付诸行动，那计划就不能执行，目标就不能实现，愿景就是肥皂泡。

（这种心态在《心动不如行动》一文中更有详细的阐述）

#### ◇给予的心态

要索取，首先学会给予。没有给予，你就不可能索取。我们要给予我们的同事以关怀；我们要给予我们的经销商以服务；我们要给予消费者满足需求的产品。给予，给予，还是给予。唯有给予是永恒的，因为给予不会受到别人的拒绝，反而会得到别人的感激

#### ◇学习的心态

干到老，学到老。竞争在加剧，实力和能力的打将越加激烈。谁不去学习，谁就不能提高，谁就不会去创新，谁的武器就会落后。同事是老师；上级是老师；客户是老师；竞争对手是老师。学习不但是一种心态，更应该是我们的一种生活方式。二十一世纪，谁会学习，谁就会成功，学习成为了自己的竞争力，也成为了企业的竞争力。

#### ◇老板的心态

象老板一样思考，象老板一样行动。你具备了老板的心态，你就会去考虑企业的成长，考虑企业的费用，你会感觉到企业的事情就是自己的事情。你知道什么是自己应该去作的，什么是自己不应该作的。反之，你就会得过且过，不付责任，认为自己永远是打工者，企业的命运与自己无关。你不会得到老板的认同，不会得到重用，低级打工仔将是你永远的职业。

## 6.3 销售技巧全面讲解

### 1. 销售与谈判技巧

销售与谈判技巧是每一个销售人员在销售过程中不断学习和积累的，将销售与谈判技巧相互融合，为销售人员的工作大大的提高了功力，同时也转化出可观的销量，也是销售人员更努力的动力，因此，企业广泛的针对销售人员展开了各种销售与谈判方面的培训。

将谈判加注在销售上，是为了更好的提高销售能力，这里为大家提供一些销售与谈判技巧，与大家一起分享。

销售在现阶段，很多时候已经变成销售人员对于客户的卑躬屈膝，甚至是乞讨，这样不仅让销售陷入被动状态，也让销售这行业失去了原有的光辉。

网上有这么一段话，：什么是销售？销售就是买卖双方对彼此的价值利益实现“交换”，而非“交易”。这种价值利益是以道德、科学、艺术为依托，而非“手段”为推手。实现了“交换”就意味着买卖双方的利益点均实现了最优化的平衡，也就是我们常常说到的“双赢”或“共赢”。而体现共赢得前提条件就是要买卖双方在对等，互尊、互利的原则下进行“交换”。由此，我想到了，销售就是要和你的客户进行“谈判”！或者



说要敢于谈判。

因此，我们在销售过程中要学会谈判，要学会共赢。

我们在这里就提出一个谈判要达到什么目的和遵循什么标准的问题。从商务角度来看，谈判应使得双方都得到商务发展的机会。为此，我们遵循的谈判原则与技巧至少应满足以下三个标准：

- 1)谈判要达成一个明智的协议；
- 2)谈判的方式必须有效率；
- 3)谈判应该可以改进或至少不会伤害谈判各方的关系。

销售谈判中的心态

销售谈判过程中，心态也是很重要的，没有好心态就不能专心的下好整盘“棋”。

- 第一，控制你自身的情绪和态度，不为对方偏激的情绪；
- 第二，让交涉对方的情绪保持冷静，消除双方之间的不信任。
- 第三，多与交涉对方寻找共同点。
- 第四，在交涉、谈判过程中，让对方保住面子。
- 第五，让交涉对方理解“相互协调，相互合作”。

销售与谈判技巧有很多，这需要销售人员在实践中不断的学习和积累，再不断的溶于实践，才能不断的提高自己的业务能力。

## 2.房地产销售技巧

房地产销售技巧是整个房地产活动中最重要的环节，是直接产生效益的环节，房地产销售人员是整个销售活动的执行者，因此销售人员的作用就显得至关重要。由销售人员及销售过程中的重要性决定了销售人员的薪水待遇高于一般其他职业人员的薪水，成为喜欢挑战的年轻人向往的职业。如何掌握房地产销售技巧，如何成为一个优秀的销售人员；如何争取每一位客户；如何把握客户的心理特征.....

以下便是一个优秀的房地产销售人员所应透彻了解的问题和技巧：

房地产销售技巧目录

- 第一节 成功的销售要素
- 第二节 销售九招式
- 第三节 客户购买动机之研判
- 第四节 销售现场布置及气氛的运用技艺
- 第五节 销售技巧
- 第六节 销售问题的处理技巧
- 第七节 客户提出反对意见的应付办法
- 第八节 结束销售的方法
- 第九节 客户类型分析与对策
- 第十节 应付难缠客户的功夫
- 第十一节 基本素养

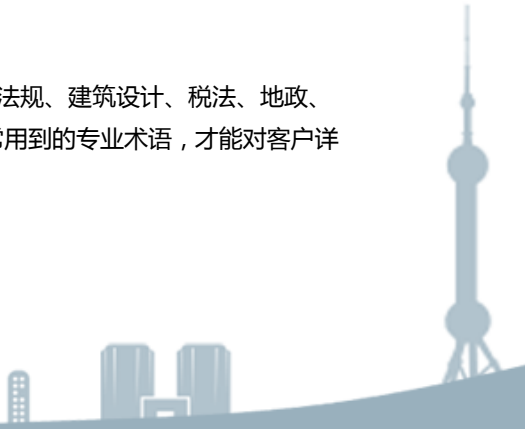
### 第一节 成功的销售要素

要想做一个成功的销售人员，应该就以下几项经常自我充实，自我锻炼。



专业知识

一个销售人员必须充分具备己身业务范围内最基本的专业知识，包括建筑法规、建筑设计、税法、地政、契约、契约行为、市场行情、商品构造、品质、商誉.....等，以及各种业务上常用到的专业术语，才能对客户详细说明产品的优缺点，进而争取客户的订单，达到销售目的。



## 六心

- 1)耐心—凡从事高价位商品的销售工作，必须对客户作长期而耐心的诉求与说明。
- 2)关心—要站在消费者的立场去考虑他们的各项问题，并给予完善的解答，才能博取客户的信任。
- 3)热心—热心协助客户，发掘问题、解决问题、达成购买目的。
- 4)诚心—销售人员应是诱导消费者从事购买优良商品的指导者，而不是一味的欺骗。
- 5)决心—接触到一个新的个案时，要下定决心，不可犹豫不决，坐失良机。
- 6)旺盛的进取心—为自己定预期销售目标及理想的利润，以强烈而旺盛的进取心去达成目标及任务。

## 八力

- 1)观察力—要在短时间内敏锐的观察出客户的类型、偏好、意向，面对产品时，要能立即观察出产品的优缺点、特性、对策和解决方法。
- 2)理解力—要能深刻的解客户的需求状况及产品的品质、特性等各方面问题。
- 3)创造力—新产品具有崭新的创造力，推陈出新，这就是您赚钱的先机。
- 4)想象力—要在土地及商品房尚未兴建以前，就能想象出它未来的远景，加以对个案投资或销售工作，作最好的判断与说明。
- 5)记忆力—房地产业接触的客户繁多，客户提出的总是不尽相同，加强记忆力，才能对每个客户作最好的说明和服务。
- 6)判断力—良好而正确的判断力是成功的最大因素，反之，错误的判断则令人一败涂地，前功尽弃。
- 7)说服力—有强劲的说服能力，技巧地推广房子的优点，常能赢得客户的心动而成交。
- 8)分析力—站在客户立场分析市场、环境、地段、价位、增值发展潜力，并比较附近土地加以个案分析，能分析更周到则更能掌握成交胜算。

## 丰富的常识

与客户洽谈时，除了交换专业知识的意见外，不妨谈些主题外的闲话，若销售人员具有丰富的常识与灵活的谈话技巧，可借以缩短与客户的距离，强化销售时的影响力。

## 第二节 客户购买动机之研判

### 一、投资性

如为非需求性或非必要性之购买行为，这种市场形态的顾客多为第二次购买，购屋性质以套房或办公室为多数。

### 二、需求性

多为切身需求或居住、办公或经商之购买行为。产品对象多为纯住家、店面住家或办公室，此种需求者多为第一次购买。

### 三、投机性

为短期资金之流通运用并预期增值或因物价波动，而产生购买动机，并于短期内即预期抛售之购买行为。

### 四、保值性

因预期涨价、货币贬值或物价波动，而将资金提出购买商品避免因物价上涨而导致货币贬值。

## 第三节 销售九招式

### 一、接待

以礼貌的态度、清晰的口齿、微笑的表情、坚定的信心去接触每一位客户。

### 二、介绍

介绍的重点应注重地段、环境、建材、增值潜力、发展趋势、价位、景观、交通、市场、学校（产品的特殊性加以介绍），但宜采用渐进的介绍方式，让客户不致发生反感，且能有深刻印象与购买的欲望。

### 三、观察

对客户加以进一步分析与观察，找出有购买意愿可能性者，加以把握。

### 四、反问

与客户交谈之中，反问客户常可以拉近彼此距离，试着以客户身份，替客户着想的反问中，探索购买意愿的大小。

### 五、判断

根据经验，判断客户的反映，或根据客户所提出及所答询的言谈中，去判断客户的实际购买力。

### 六、迎合

在推销商品时，有时不得不作迎合性的诉求，当场对客户的特别要求，给予适宜的处理，博取客户的好感和信心。

### 七、刺激

刺激客户的购买欲是推销房子言谈中最重要的目的，因此购买欲的刺激，有赖于交谈与气氛的密切配合。

### 八、攻击

刺激购买欲后，就要展开攻势，使客户很满意地签下订单。

### 九、追踪

追踪客户，经常有回头客的可能，因此不能遗漏对客户资料追踪，密集式的追踪，常可以达成[再促销]的佳绩。

## 第四节 销售现场布置及气氛的运用技艺

销售工具运用是否得法，对销售量有很大的助益。

### 一、洽谈桌椅的布置

运用圆桌使客户无大小尊卑之别，运用矮桌可减低客户的抗拒性，客户的座位不宜面向大门否则易使客户分心。

### 二、柜台桌椅的布置

柜台桌椅不要太接近门口，将建筑物的模型摆放在入口处附近，使客户对商品有明确而深刻的印象，同时也给人有缓冲的余地，减少对立的感受。

### 三、接待中心坪数的选择与布置

接待中心的大小会使人有空旷或过分拥挤的印象，所以坪数和布置必须针对客户的多少和消费者阶层来决定。

### 四、样品屋的选择与布置

选择样品屋的目的，是要使客户对该建筑物的形式、隔间、布置有个明确的印象，以便利推销，因此样品屋的坪数大小也和接待中心一样，须视销售对象而定，以套房来说，样品屋以十二坪到十五坪为宜；住家则以三十坪到三十二坪较恰当，但还须视地段作弹性调整。

### 五、模型的制作与销售配合

制作模型的目的：让客户了解建筑物的外观、环境、地段、规划、公共设施等。应与销售互相配合，以利销售。

### 六、建照、营业执照、业绩的安排

可在接待中心展示工地的建筑执照、建筑公司的营业执照及业绩情况、公司负责人的简介，以取信客户。

### 七、平面透视及墨线图的表达技巧

必要时可将透视图放大以显出较大的格局，透视图人物、家具可以缩小，以使建筑显得宽大些。

### 八、销售状况表的运用

在销售业绩未达到百分之四十时，最好不要展示销售状况表，以免客户觉得房剩下很多，选择机会也多，而造成不想买的心理；但到了销售率达百分之八十时也不要展示销售状况表，以免影响销售状况，因为客户会觉得只有百分之二十别人挑剩下的房子。

### 九、扩音器、鞭炮、红条等促销工具的运用

通常每天有两个销售高潮，一为上午十~十二时，一为下午三~六时之间，在这两个时间段内，应掌握现场气氛，以鞭炮、扩音器、红条等制造现场热闹的买卖气氛，以促进购买气氛，掌握买卖气氛。

十、妥善的将价目表配合付款方式及贷款的处理，也有助于销售。

十一、了解同一地段相同性质的商品，并加以比较、分析、利用。

十二、要注意与客户消费习惯有关的销售行为。

十三、促销活动的掌握

销售现场通常很零乱，所以销售时应事先分担，有计划的展开促销活动，如发DM、贴红纸条、过滤客户、消息传达、制造买气、掌握现场。

十四、其他

如公司商誉、信用、业绩、经验、关系企业，有时也可成为销售时有利的工具。

## 第五节 销售技巧

一、不要给客户太多的选择机会

有时客户面临太多的选择时反而会犹豫不决拿不定主意。所以最好能在一到二个机会下，比较销售，作出决定。

二、不要给客户太多的思考机会

客户考虑越多，可能就会发现商品越多的缺点，反而会使他决定不购买，所以销售人员要留给客户思考时间的长短要适当。

三、不要有不愉快的中断

在紧凑的销售过程中，若有不愉快的中断，可能就会失去先机。

四、中途插入的技巧

在进行说服工作中，如有人从旁插入，谈及与销售前后不相关的问题，亦会使客户产生怀疑的心理。

五、延长洽谈时间

使客户人数增多，造成购买的气氛，尤其是销售初期，客户较少时，更要尽量延长洽谈时间。

六、欲擒故纵法

不要对客户逼得太紧，要适度放松，使对方产生患得患失的心理，而达到签约的目的。

七、避重就轻法

采用迂回战术，避重就轻。

八、擒贼擒王法

面对一组客户时，同时欲购买时，要从中找出具有决定力量的人，集中火力攻击。

九、紧迫钉人法

步步逼近，紧迫钉人，毫无放松，直到对方签下订单，达成销售目的之前，决不轻言放弃。

十、双龙抢珠法

在现场故意制造一户双销的错误，造成抢购的局面，促成其中之一的客户尽快作出决定。

十一、差额战术法

当己方的商品价格定的比对方贵时，要采取差额战术法，提出己方商品的优点、特点、品质、地段、环境，与对方商品比较分析，使客户了解价格差异的原因，及付出较高金额购买后所获得的利益。

十二、恐吓法

告诉客户要捷足先登，否则不但失去优待的机会，而且可能买不到了。

十三、比较法

必须与其他地区的竞争商品互相比较，以使客户了解己方商品与其他商品的不同点。

十四、反宾为主法

站在客户立场去考虑，使客户觉得很亲切，而消除对立的局面。

十五、安排座位时，不要让客户面向门口，以免失去注意力。



#### 十六、不要节外生枝

尽量将话题集中在销售商品方面，避免提到题外话。

#### 十七、连锁法

让客户介绍客户。

十八、应先充分了解客户之需要、偏好，再行推销，若不了解客户，直接推销，反而容易引起客户的反感，徒然浪费时间和精力。

#### 十九、运用专家权威的有利立场。

#### 二十、运用丰富的常识

销售人员如能同时具备丰富的财经、市场行情状况的常识，往往可以作为说服客户的有力工具。

#### 二十一、不要与客户辩论

先让客户讲出他的观点、意见，再设法一一解决。不要与客户正面辩论。

### 第六节 销售问题的处理技巧

#### 一、重复销售

不幸发生销售重复的问题时，最好能设法引导双方购买另一件商品，如果处理不当，有时必须赔给客户双倍或更多的定金赔偿。

#### 二、杀价问题

最好不要允许客户杀价，改以赠品代替杀价。

#### 三、赠送问题

事先要赋予销售人员赠送的权责，那么在销售场合中，销售人员才能肯定地给客户答复。

#### 四、贷款利息的收取方式

在签约时，须详细向客户说明借款利息的条款，以免收款时，发生无谓的纠纷、最好能将利息不漏痕迹的平均加在房价中，就不会造成客户太大的负担。

#### 五、水、电、瓦斯接户费收取细节

买卖房地产的方式有卖断和委建两种。如卖断，因有买卖合同，不必收取水、电、瓦斯接户费；如委建，则须另外收费。

#### 六、规费、税捐收取问题

最好能将规费、税捐等费用列成一张表格，一目了然。

#### 七、退房问题

如遇客户退房，需先了解原因，设法解决，如果无法解决，可告知客户，等房子再出售后，才可退出定金，并写下退房委托书，以免造成日后重复出售。

#### 八、前期款收款过重问题

如遇到有客户反映前期款过重时，销售人员可以（地下室工程费高）或（担心物价波动而预先订建材）为理由，向客户说明。

九、签约时，若要求销售公司盖章，销售公司只能以见证人的身份盖章。

#### 十、坪数、加价、交房日期保证问题

坪数和交房日期可事先在合约书上写明保证事项，使客户安心，至于房价上涨的问题，依内部买卖标准合约书内之规定，当物价上涨指数在百分之三以上时，物价上涨部分由客户负担；当物价上涨指数在百分之三以内时，上涨部分由建设公司负担。

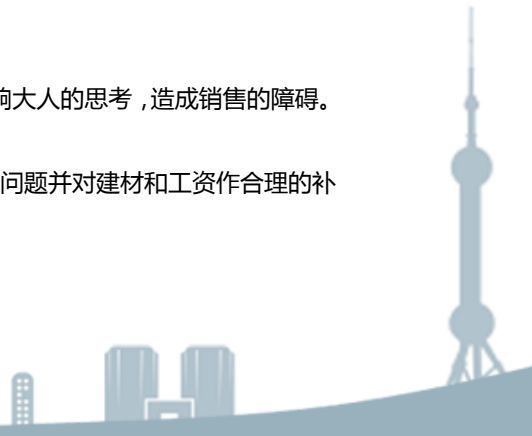


#### 十一、对客户孩子的处理方式

当客户与销售人员进行洽谈时，公司内其他人员应将客户的孩子带开，以免影响大人的思考，造成销售的障碍。

#### 十二、变更隔间时，建材费用的补贴问题

通常公司于建筑工程进度进行到某一预定程度时，统一办理客户更改隔间问题并对建材和工资作合理的补贴。





### 十三、由样品屋产生的细节问题

样品屋内应明白标示哪些设备是附赠，哪些设备须客户自行购买，以免将来发生纠纷。

### 十四、工程问题

有关工程方面的问题，最好能请具有专业知识的工程人员在销售现场给予解答。

### 十五、客户表示犹豫要返家与家人洽商时

聪明的销售人员应说服客户将家人带到销售现场，以争取与客户再次洽谈的机会，使购买行为成立。

### 十六、当客户表示有公司的商品较便宜时

销售人员应事先准备好充分的市场资料，对客户仔细分析其他商品的优缺点，从而说服客户。

### 十七、当客户表示身上的钱不够时

此时销售人员有两种处理方法，一为客户身上有多少钱就先收多少，另一方法是陪客户一起回家取钱。

### 十八、客户希望保留某一户时

最好保留时间不要越过十二~十四小时，同时要做客户追踪。

### 十九、客户要求下次补足时

尽量不要将时间拖太久，并密切追踪。



## 第七节 客户提出反对意见的应付办法

### 一、先肯定后否定法

先顺着客户的说词，不作正面冲突，然后再回头详加辩解，如[是.....但是.....]。

### 二、询问法

用问句套出客户反对的理由、意见后，再一一设法解决。

### 三、转移法

分为转出法与转入法两种，转出法就是暂时把问题搁置一旁，避而不谈；转入法就是把问题的中心引入而以专家的立场对客户解释。

### 四、拖延法

若销售人员遇到无法立即解决的问题时，应尽量拖延时间，待负责的人员来临后找出合理的理由，再向客户解答。



## 第八节 结束推销的方法

为了尽量达成销售的目的，可以下列几种方法来结束推销，达成销售：

### 一、枝节末梢问题决定法

由小细节问题的肯定，引导客户购买。

### 二、有利点集中法

将该产品的优点密集说明，增强客户的信心，而决定购买。

### 三、肯定系列问答法

提出一系列的问题，引导客户做肯定的答复，在肯定的气氛下，帮助客户下决心购买。

### 四、假设法

如客户同时喜欢上两、三户，而不知如何取舍时，可从旁以假设的语气，套出客户真正的心意，以协助客户选择。

### 五、日期、数量催迫法

强调销售日期与数量的限制，促使客户早日购买。



## 第九节 客户类型分析与对策

依客户类型的不同分别说明应对的方法如下：

### 一、趾气高昂型



这一类型的客户经常拒人于千里之外，盛气凌人，不可一世，应对策略：对此客户可提供特别服务，但须坚定立场。

## 二、过于自信型

这一类型的客户主要特征是不时地打断销售人员的谈话，以显示自己的知识，在销售人员有机会提出自己的建议前，他常常说不。应对策略：让客户尽量发表意见，候机再提出自己的看法及意见。

## 三、挑三拣四型

这一类型客户经常不断的挑剔你的公司或产品，提出种种不合理的要求。应对策略：探询对方不满意的原因所在，一一予以详解，用事实来支持自己的论点，并且少谈题外话，以免节外生枝。

## 四、冲动任性型

这一类型的客户往往很冲动，决定下得很快，不待销售人员有说话的机会，就下论断道：我没兴趣。应对策略：将客户引致别处，单独商谈，以免影响其他客户购买心理。当对方说不时，不要立刻让他离去，以较缓和的声调与之洽谈。

## 五、口若悬河型

这一类型的客户喜欢闲聊，常使销售人员在销售过程中被不相干的事情干涉。应对策略：推销人员遇到这一类型的客户时，要随时注意将谈话拉回主题，并由对方的谈话找出更多的意见来推销，态度要和善，但不可过于热情，选择适当的时机结束推销。

## 六、沉默寡言型

这一类型的客户只注意听别人说话，不表示意见，对推销人员的话不作反问，无动于衷。应对策略：先引导对方谈些自己的专长，再引起他对商品的兴趣，鼓励他说出自己的想法。

## 七、畏首畏尾型

这一类型的客户购买经验不够，对产品不熟悉，所以很不容易下判断。应对策略：以和善的态度给对方安全感，明确地说明商品的各项情形，并提出保证及业绩、经验。

## 八、急躁易怒型

这一类型的客户特征是脾气急躁，易于发怒。应对策略：最好由异性来应付，说话要简单明了，造成愉快的气氛。

## 九、疑神疑鬼型

这一类型的客户疑心病很重，不轻易相信人。应对策略：推销人员对这一类客户要耐心解释，详细说明，提出各项说明文件及保证，以取信对方。必要时可以老客户做见证人来进行促销。

## 十、神经过敏型

这一类型的客户尽往坏处想，任何一点小事，都会引起他的不良反应。应对策略：推销人员多听少说，神态上要表示出重视对方的样子。不要随便开玩笑，以免说错话，而使对方信以为真。

销售技巧贵在熟能生巧，除了知性上理解外，还须从实际工作中不断去体会、改进，才能至炉火纯青之境。

## 第十节 应付难缠客户的功夫

好客户在房屋销售的经验中并不常见，毕竟房地产是价值高昂的商品，客户只有惟恐问得不够，甚至于和销售人员进行才智、耐力的比赛才做决定。

所以万一遇上一个好客户，销售人员难免会受宠若惊的吓了一跳，而遇到难缠的客户才是司空见惯，几乎每一房屋销售人员都会经常遇到令人难缠的客户，好的推销人员必须具备十八般武艺，其中最重要的一项，指的就是应付难缠的客户的功夫。

所谓难缠的客户，类型固然很多，但依时间来划分大致在两种情况下遇到：一是公开销售时；一则是销售后交房时。

公开销售时，最常见的难缠客户，大部分都是对产品不满意，但又因地点或位置很吸引人，心里犹豫不定型的客户，他们只好针对产品发牢骚，烦烦琐琐的可能争辩一、二个小时，这种唠叨的客户，销售人员在谈话中，如果抓住了他的心理，即可对症下药，大可反手并且加速说话的语气，运用自己比客户对产品更了解，强

调产品的优点，并且避重就轻的跳开他所不满意的地方，甚至于不妨直截了当的告诉他“天底下没有十全十美的房屋，这栋房屋的特点远为其他房屋所不及”，续之以诚恳的语气和他讨论，通常在工地现场的热闹气氛下，这样的客户心理是很好控制的。

另有一类型的客户是对付款方式的异议，通常他们可以拿着付款表逐一质询，因为对于金钱的价值的运用是相同的，所以这一类型的客户通常是生意上的高手，他懂得金钱的运用之道，当他一条一条的请你解释时，销售人员只好仔细聆听，然后非常冷静地回答，公司的付款方式，也是循序渐进的，虽然地下室开挖就开始收款，但没有地下室的施工，哪来楼上的豪华住家？避重就轻的和客户轻言慢语。

## 第十一节 基本素养

### 一、服装仪容

- (1) 男性——穿西装、打领带、仪容整洁。
- (2) 女性——职业套装、化淡妆。

### 二、工作态度

- (1) 注意电话礼貌：拿起话筒，先自报公司名或案名，并问候“您好”。
- (2) 若属找人的电话，回答“请稍候”或“请等等”再转本人接，若所找之人不在，则客气地请对方留言或留下电话号码，以便回电。
- (3) 倘属咨询购房者，则掌握重点简单说明，吸引对方前来现场洽谈。通话时间尽量不要超过二分钟，（在因广告而电话密集时，更应该缩短时间）。
- (4) 同事间的协调和睦与互相帮助，能营造出一个良好的工作环境，工作效率自然也相对提高。

### 特别禁止事项：

- (1) 未经公司许可，不得私代已购户做决定。
- (2) 不得私接他人委托待售之楼盘。
- (3) 对于未经授权之事，不得擅自答应客户之要求。

### 附：房产销售中的常见问题及解决方法

房地产现场销售好比战场上的短兵相接，一个细微的过失往往会造成一次交锋的失败。在坚持客户公司‘双赢策略’，努力提高成交率的同时，销售技能的不断自我完善，则是现场销售人员成功的阶梯。下面，我们将其中最常见的十二种情况罗列出来，以避免销售中更多的失误。

#### 一、产品介绍不详实

原因：

- 1)对产品不熟悉。
- 2)对竞争楼盘不了解。
- 3)迷信自己的个人魅力，特别是年轻女性员工。

解决：


- 1)楼盘公开销售以前的销售讲习，要认真学习，确实了解及熟读所有资料。
- 2)进入销售场时，应针对周围环境，对具体产品再做详细了解。
- 3)多讲多练，不断修正自己的措词。
- 4)随时请教老员工和部门主管。
- 5)端正销售观念，明确让客户认可自己应有尺度，房屋买卖才是最终目的。

#### 二、任意答应客户要求

原因：

- 1)急于成交。
- 2)为个别别有用心客户所诱导。

解决：

- 
- 1)相信自己的产品，相信自己的能力。
  - 2)确实了解公司的各项规定，对不明确的问题，应向现场经理请示。
  - 3)注意辨别客户的谈话技巧，注意把握影响客户成交的关键因素。
  - 4)所有载以文字，并列入合同的内容应认真审核。
  - 5)应明确规定，若逾越个人权责而造成损失的，由个人负全责。

### 三、未做客户追踪

原因：

- 1)现场繁忙，没有空闲。
- 2)自以为客户追踪效果不大。
- 3)销售员之间协调不够，同一客户害怕重复追踪。

解决：

- 1)每日设立规定时间，建立客户档案，并按成交的可能性分门别类。
- 2)依照列出的客户名单，大家协调主动追踪。
- 3)电话追踪或人员拜访，都应事先想好理由和措词，以避免客户生厌。
- 4)每日追踪记录在案，分析客户考虑的因素并且及时回报现场经理，相互研讨说服的办法。
- 5)尽量避免电话游说，最好能邀请来现场，可以充分借用各种道具，以提高成交概率。

### 四、不善于运用现场道具

原因：

- 1)不明白，不善于运用各种现场销售道具的促销功能。
- 2)迷信个人的说服能力。

解决：

- 1)了解现场销售道具对说明楼的各自辅助功能。
- 2)多问多练，正确运用名片、海报、说明书、灯箱、模型等销售道具。
- 3)营造现场气氛，注意团队配合。

### 五、对奖金制度不满

原因：

- 1)自我意识膨胀，不注意团队合作。
- 2)奖金制度不合理。
- 3)销售现场管理有误。

解决：


- 1)强调团队合作，鼓励共同进步。
- 2)征求各方意见，制订合理的奖金制度。
- 3)加强现场管理，避免人为不公。
- 4)个别害群之马，坚决予以清除。

### 六、客户喜欢却迟迟不作决定

原因：

- 1)对产品不了解，想再作比较。
- 2)同时选中几套单元，犹豫不决。
- 3)想付定金，但身边钱很少或没带。

解决：

- 
- 1)针对客户的问题点，再作尽可能的详细解释。2)若客户来访两次或两次以上，对产品已很了解，则应力促使其早早下决心。
  - 3)缩小客户选择范围，肯定他的某项选择，以便及早下定签约。
  - 4)定金无论多少，能付则定；客户方便的话，应该上门收取定金。

5)暗示其他客户也看中同一套单元，或房屋即将调价，早下决定则早定心。

## 七、下定后迟迟不来签约

原因：

- 1)想通过晚签约，以拖延付款时间。
- 2)事务繁忙，有意无意忘记了。
- 3)对所定房屋又开始犹豫不决。

解决：

- 1)下定时，约定签约时间和违反罚则。
- 2)及时沟通联系，提醒客户签约时间。
- 3)尽快签约，避免节外生枝。

## 八、退定或退户

原因：

- 1)受其他楼盘的销售人员或周围人的影响，犹豫不决。
- 2)的确自己不喜欢。3)因财力或其他不可抗拒的原因，无法继续履行承诺。

解决：

- 1)确实了解客户之退户原因，研究挽回之道，设法解决。
- 2)肯定客户选择，帮助排除干扰。
- 3)按程序退房，各自承担违约责任。

## 九、一屋二卖

原因：

- 1)没作好销控对答，现场经理和销售员配合有误。
- 2)销售人员自己疏忽，动作出错。

解决：

- 1)明白事情原由和责任人，再作另行处理。
- 2)先对客户解释，降低姿态，口秘婉转，请客户见谅。
- 3)协调客户换户，并可给予适当优惠。
- 4)若客户不同意换户，报告公司上级同意，加倍退还定金。
- 5)务必当场解决，避免官司。

## 十、优惠折让

(一)客户一再要求折让。

原因：

- 1)知道先前的客户成交有折扣。
- 2)销售人员急于成交暗示有折扣。
- 3)客户有打折习惯。

解决：

- 1)立场坚定，坚持产品品质，坚持价格的合理性。
- 2)价格拟定预留足够的还价空间，并设立几重的折扣空间，由销售现场经理和各等级人员分级把关。
- 3)大部分预留折让空间，还是由一线销售人员掌握，但应注意逐渐退让，让客户知道还价不宜，以防无休止还价。

4)为成交而暗示折扣，应掌握分寸，切忌客户无具体行动，而自己则一泻千里。

5)若客户确有困难或诚意，合理的折扣应主动提出。

6)订金收取愈多愈好，便于掌握价格谈判主动权。

7)关照享有折扣的客户，因为具体情况不同，所享折扣请勿大肆宣传。

(二)客户间折让不同。



原因：

- 1)客户是亲朋好友或关系客户。
- 2)不同的销售阶段，有不同的折让策略。

解决：

- 1)内部协调统一折扣给予的原则，特殊客户的折扣统一说词。
- 2)给客户的报价和价目表，应说明有效时间。
- 3)尽可能了解客户所提异议的具体理由，合理的要求尽量满足。
- 4)如不能满足客户要求时，应耐心解释为何有不同的折让，敬请谅解。
- 5)态度要坚定，但口气要婉转。

#### 十一、订单填写错误

原因：

- 1)销售人员的\*作错误。
- 2)公司有关规定需要调整。

解决：

- 1)严格\*作程序，加强业务训练。
- 2)软性诉求，甚至可以通过适当退让，要求客户配合更改。
- 3)想尽各种方法立即解决，不能拖延。

#### 十二、签约问题

原因：

- 1)签约人身份认定，相关证明文件等\*作程序和法律法规认识有误。
- 2)签约时，在具体条款上的讨价还价（通常会有问题的地方是：面积的认定，贷款额度及程度，工程进度，建材装潢，违约处理方式，付款方式……）。
- 3)客户想通过挑毛病来退房，以逃避因违约而承担的赔偿责任。

解决：

- 1)仔细研究标准合同通晓相关法律法规。
- 2)兼顾双方利益以‘双赢策略’签订条约细则。
- 3)耐心解释强力说服，以时间换取客户妥协。
- 4)在职责范围内研究条文修改的可能。
- 5)对无理要求应按程序办事，若因此毁约则各自承担违约责任。

人生重要的不是所站的位置，而是所朝的方向我们卖的不是产品，而是产品带给顾客的利益——产品能够满足顾客什么样的需要，为顾客带来什么好处。

### 3.药品销售技巧

随着医药行业的不断发展，医药代表的队伍也在逐渐壮大，药品销售技巧在众多的竞争对手面前显得更为重要，要怎么做才能取得更好的业绩呢？医药代表的药品销售能力及技巧成为竞争的主要元素。那么医药代表的基本技能是什么？探询、呈现、成交、观察、开场白、同理心聆听、处理异议、跟进等各种销售技巧都是医药代表应具备的技能。这里咱们简单说说开场白及探询。

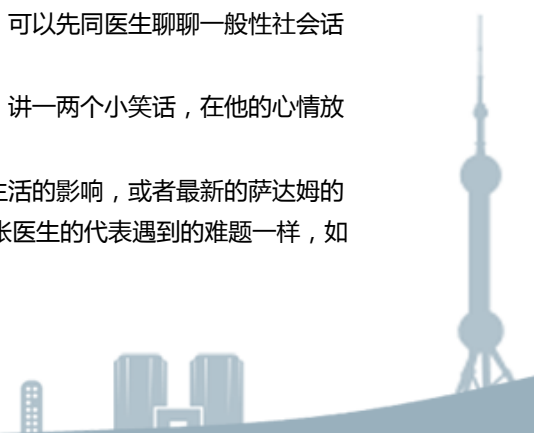
#### ■ 药品销售技巧第一步 -- 开场白

对于开场白的技巧说明，过去很多培训教材都有这样的讲解，例如：

\* 拜访成功的关键在于营造良好的沟通气氛，所以你应该避免直切主题，可以先同医生聊聊一般性社会话题，比如家庭，孩子，兴趣爱好等等。

\* 要学会使用幽默的技巧，不妨在医生暂停考虑复杂的医学问题的时候，讲一两个小笑话，在他的心情放松之后再谈正事。

\* 最近重大的新闻比如北京如何申办奥运，成功之后对北京及全国人民生活的影响，或者最新的萨达姆的挑战美国计划， ... .. 总之，先建立些共同语言再往下谈。但就像这个拜访张医生的代表遇到的难题一样，如



果从拜访的一开始，医药代表就将控制拜访节奏的主动权交给医生，结果就任由医生随意决定。当然，医生并不知道你拜访他的最终目的，既拜访是由你主动发起的，你就有责任保证自己并不会真的“耽误医生的时间”。事实上，常挂在许多医药代表嘴上的那句口头禅似的开场白——“医生，我能否耽误你几分钟时间？”，让医生从一开始就不情愿接受你的拜访，因为你已经告诉他你可能会耽误他的时间。而且不要忘记，每天可能有5—6位医药代表要来这样拜访他。在这个案例中，不难发现医生把你介绍对公司的印象当作你希望了解的重点，所以滔滔不绝地抱怨，等你希望他来听你讲解产品时，他又没有时间了。更为严重的不只是医药代表这次的拜访无效，你认为案例中的张医生在下次再次见到这位代表时仍会给他10分钟时间吗？在现代人越来越重视时间价值的今天，传统销售技巧理论中强调的开场白方式显得事与愿违，我们并不否认利用这些技巧在时间充分的情形下，比如会议间隙，联谊活动中，有助于与医生建立良好的社会关系，但对于医药代表日常工作的主要方法——面对面产品拜访而言，在这些技巧的运用上花的时间越少越好。

#### ■ 探询技巧

当船舶在大海航行突遇冰山时，当云山雾罩里不知故里时，当医生顾左右而言它时，用探询的技巧，会帮助你走出困境，发现机会。因为如果你明白某人行动的真实含义，你就可以了解这个人对待事物的态度和做事的动机，最重要的就是可以知道他（她）的基本需要，这是非常重要的。因为个人的基本需要直接决定其行为。

#### \* 什么是探询的技巧

##### 1) 使医生有兴趣与你交谈

探询的技巧首先是要使医生感兴趣，愿意与医药代表交谈。如果没有把医生的兴趣激起，那么医生就不会与医药代表进行交谈；如果不交谈，医药代表就没有办法取得更多的信息；如果没有信息，医药代表就不能知道医生的需求，也就不能实现销售拜访。所以首先要考虑怎么样激发医生的兴趣。需要注意的是激起医生的兴趣，不仅仅是在开场白，而是在每一次发问的过程中都要尽可能地让医生感兴趣，让医生愿意和医药代表交谈。

##### 2) 取得有关产品使用、治疗及相关竞争产品的重要

信息只有通过医药代表与医生的对话才能真正了解产品的使用、治疗及相关竞争产品的一些重要信息。现代社会的竞争很大程度上在于你对信息的了解程度，医药代表了解到的信息越多，那么成功的机率就越大。

##### 3) 决定医生对你、对公司、对产品及其他（她）自己需求的看法

通过探询也可以了解到医生对你、对你的公司、对你的产品还有他自己需求的看法，这一点非常重要。如果医药代表在拜访的过程中只注意自己的目的，自己如何达成销售，而忽略了医生对你和你产品的看法，就不能实现真正的销售。

#### \* 开放式探询与封闭式探询

##### 1) 开放式探询

当你希望医生畅所欲言时，当你希望医生提供给你更多和更有用的信息时，当你希望改变话题时，你可用以下的六种句型进行探问。如果使用恰当，医生会在交谈的过程中，因不期然变成主角而愉悦，因受到尊重而欣然，从而在和谐的交流中提供给你足够的信息。但也可因此失却主题，流失时间。所以有效地把握甚为重要。

##### 2) 封闭式探询

当你要澄清医生的话时，当医生不愿意或不表达自己的意愿时，当达成协议时，或重要事项的确定时，限制提问可以锁定医生，确定对方的想法，取得明确的要点。但你所获的资料有限，也易使医生产生紧张情绪，缺乏双向沟通的氛围。所以拜访时应选择合适时机使用。

销售是一件复杂的事，尤其在医药业。身为医药代表，一定会面对各种各样的压力。公司的销售指标，同行业竞争对手，客户需求的不断变化，国家政策的影响，等等。所以，对于一个医药代表来讲，为了在竞争中立于不败之地，除了要掌握专业的销售技巧以外，还要让自己有一种积极的人生态度。

附：

其实对于医药代表来说，重要的也就是两块工作：一是药品进入医院，二就是产品的上量了。进入医院方面首

先要做的是找到能点头的人，然后是找准这个人的需求点，再针对了解到的情况制定自己的工作计划，目前来说，专业营销是很少的。大部分都是关系营销以及介于两者间的感情营销。专业营销要求从业人员要具备相当高的专业知识，这个要求很难达到，因为我们面对的是医药行业的行家——医生。再说关系营销，如果要想以这个方式开展工作，那就问问自己有多少朋友、亲戚是医院的院长？或者是药监等单位的领导？这个也不好强求了。所以最容易入手的就是第三种感情营销了。其实市场上的药品优势明显的药品很少，要找到一个明显优势的产品那是可遇不可求的，这就是意味着只要处好了医生关系，就能使我们工作顺利开展了。

笔者个人在这里认为：其实我们大可不必每次到医院拜访医生都是大谈特谈什么学术和专业问题。这个方面的介绍在前两次用个性鲜明的方式向对方做好介绍就可以了，只要能给对方留下深刻印象，能记得你去的目的是哪个厂家的就达到了目的。以后的工作就是通过各种方式了解攻关对象的特点了。我们客户的需求大致分三个方面：

- 1) 经济需求
- 2) 学术需求
- 3) 情感的需求

在第一个方面是基本的也是最简单的，但是也受到厂家政策的限制，并且很多产品都不能提供完全有优势的费用支持。这个方面需求比较大的多为年轻医生。

第二方面就主要体现在学分、论文的发表等方面，这个可以通过厂家的各种关系提供平台，为客户提供资源。同时也有医生希望能通过使用新型药品形成自己的临床风格，故希望能接触到新型优势药品。这个方面需求比较大的为中年医生，因为首先他们面临的职称问题需要尽快解决了。其次，这个阶段也是医生个人名气成型的重要阶段。

第三个方面就完全需要我们在与医生的接触中积累好印象，这个方面需求比较大的以老年医生为主，他们对于经济的需求已经远远没有当年的那么旺盛，同时职称也基本搞定了，就是没有搞定的也没有太大意义。但是同时对于该方面有强烈需求的客户相当多，包括请大医院有名气的医生到规模相对小些的医院进行讲课交流等等。

在这里，前两个方面的都受到一定条件的限制，费用和学术支持不可能没有限制的给予。那么空间更大的就是情感方面的投资了。笔者曾经与几个得意之作是：在完全没有关系的情况下，通过情感方面的投入，使服务医院的主任在我都不知情的情况下主动的帮我把产品进入了该医院，并且一直在关心产品在该医院的走量。并且在帮助下用量一直稳定中有提升。甚至还动了要认笔者做干儿子的念头。另一家医院一直都无法开发，因为产品不是和适合医生的用药习惯。直到最后有一次红十字会的采血车在该院进行采血，笔者找准机会和医生一起去献血后才成功将产品送入该院。这个也是情感方面的投资了。

情感方面的投资呢也可以分两个方面：

- 1) 展示自己的优良品质，获得对方的认同从而接受你的产品。
- 2) 为对方提供关怀，包括进行家访式拜访，对其家庭成员提供关心，在对方休息时间进行近距离接触等等。。。

这些都需要细心的观察，还是那句话：找准对方的需求点，对方需要什么，我们提供什么，比如说有很多的老专家在驻医院的，休息的时候就在医院，亲人都不在身边，那么我们可以在对方休息的时候陪同对方聊天拉家常等，但是要是对于不喜欢打搅的年轻医生，用该方式进行工作就一定会恰得其反了。我们的工作就是要能起到雪中送炭，画龙点睛的作用。否则南辕北辙就是缘木求鱼了。

永远都是那句话：营销无定式，因为我们面对的是各种不同的人群，但是也还是有规律可寻的，方式永远都是：了解情况——初步接触——再次了解——探询式拜访——找准需求点——针对性攻关——成功。许多的技巧都需要我们在工作中去发现，去探询。比如；年轻医生容易接受新生事物，也就是说容易接受我们的新产品。但是老年医生由于已经有多年的用药习惯，要改变很不容易，但是要是他们能接受我们的产品后将是很稳定的使用人群.....

上量也是一样，只是再按照前面原则进行重复工作就是了.....

#### 4. 保险的销售技巧

在竞争规律普遍作用下，保险销售技巧的不断完善，是无数保险销售人员一直在做的，这方面的技巧介绍也是多种多样，多方面的，这里简单整理一下怎么样促成购买决定，供大家分享。

促成就是代理人帮助和鼓励客户做出购买的决定，并协助其完成购买手续的行为和过程。

代理人应该自豪地将“促成购买决定”视为帮助客户的机会。如果代理人在交谈中了解到客户非常需要保险保障，那就应该认识到，营销的失败对于双方都是一个损失。

#### ■ 促成的时机

交易的促成不是随时随地发生的，它需要你的努力和判断。时机往往稍纵即逝，让我们把握住促成的时机。

- 1) 当客户不再提问、进行思考时。
- 2) 当客户靠在椅子上，左右环顾突然双眼直视你，那表明，一直犹豫不决的人下了决心。
- 3) 当一位专心聆听、寡言少问的客户，询问有关细节问题，那表明，该客户有购买意向。
- 4) 当客户把话题集中在某一险种或某一保障，并再三关心某一险种的优点或缺点时。
- 5) 当客户不断点头对代理人的话表示同意时。
- 6) 当客户对保险保障的细节表现出强烈的兴趣，并开始关心售后服务时。
- 7) 当客户最大的疑虑得到彻底解决，并为你的专业程度所折服时。
- 8) 当客户听到产品介绍，瞳孔放大、眼睛发亮时。

#### ■ 促成的方法

##### 1) 激将法

好胜是人的本性，掌握人性的弱点，激发准客户的购买意愿，从而促使客户确定签单的决心。

##### 2) 赞美鼓励法

以肯定的赞语坚定客户购买的决心，是促成签单的一种方法。赞语对客户而言是一种动力，可以使犹豫者变得果断，拒绝者无法拒绝。采用此法的前提是必须确认客户对产品已产生浓厚兴趣，而且赞美客户一定要发自内心、语言实在、态度诚恳。

##### 3) 二择一法

提供给客户几种选择方案，任其自选一种。这种方法用来帮助那些没有决定力的客户进行交易。客户只要回答询问，不管他的选择如何，总能达成交易。换句话说，不论他如何选择，购买已成定局。

##### 4) “是”的逼近法

在展业过程中，如果你能让客户持续说“是”，那么你的签单几率会大大提高。就是说，用一连串客户只能回答“是”的问题，促成客户下决心购买。

##### 5) 从众心理法

利用客户的从众心理，是促使其做出购买决策的另一种方法。因为人们行为不仅受观念的支配，而且更易受到社会环境因素的影响，表现出程度不同的从众心理。

##### 6) 风险分析法

利用一些感人故事，强化人们的风险意识，建立他们的危机感，从而促使客户及早购买。

##### 7) 突出优点法

汇总阐述其险种的优点，借以激发客户的购买兴趣。在展业劝说的基础上，进一步强调其险种优点，使客户更加全面了解其险种的特性，巧妙地突出购买的利益所在。

##### 8) 请求购买法

用简单明确的语言直接要求客户购买。在成交时机成熟时，代理人应及时用此法促成签单。方法简单明了，可以节省展业时间，提高签单效率，有利于排除客户不愿主动成交的心理障碍，可以加速客户购买决策的过程。

#### ■ 促成的误区

##### 1) 代理人不能主动提出签单要求

有些代理人害怕提出签单要求后，如果客户拒绝将会破坏洽谈气氛，一些代理新人甚至对提出签单要求感到不好意思。许多代理人失败的原因就在于他们没有开口请求客户签单。正如彼得·麦克考芬说的，营销员失败的主要原因是不要订单。不提出成交要求，就像你锁定了目标却没有扣动扳机一样，这是不正确的，没有要求



就没有成交。

2) 代理人认为客户会主动提出保单要求

有许多代理人误认为，客户会主动提出保单要求，因而他们等待客户先开口，这是一个错误的观点。绝大多数客户都在等代理人先提出保单要求。即使是客户主动购买，如果代理人不主动提出保单要求，也难以做成。

~~~~~

上面是保险销售促成的一些销售技巧，下面是一些其它方面的提示，希望能给保险销售的朋友们一些帮助。

⊕ 客户最重要的购买因素有三个

- 1) 公司在市场上极佳的声誉；
- 2) 销售人员与客户之间存在的友谊关系；
- 3) 客户对你在这个行业的发展深具信心。比如：你在这个行业抱什么态度，能坚持多久，会发展到什么程度等等。

服务客户要超越他的想象。要花心思维系与客户的情感！你给客户他想要的，客户就会给你你想要的。

⊕ 成交有几大要件

- 1) 要掌握人性。
- 2) 开发客户的能力。每一次机会都是在恐惧之后。
- 3) 要用最短的时间让客户喜欢你。
- 4) 通过询问了解客户的情况，了解客户的需求。做一位很好的听众。
- 5) 求人，要求五次。

⊕ 要熟知客户的购买程序

客户往往会想：你是谁？我需要这个产品吗？是哪家公司？我会跟谁买？一定要现在买吗？

当你不好意思去的时候，就是客户不好意思不买的时候。

成交的客户，最少要三个月打一次电话。

早上的时候打电话，中午与客户吃饭，下午拜访一些客户。

要有10、3、1法则。每天打10个电话，进行3个拜访，接触1个新人。

开发客户要象呼吸一样。



## 6.4 销售工作面试技巧

### 1. 销售员面试技巧

随着金融风暴的袭击，各行各业裁员的消息不绝于耳，因此面试技巧就成了现下求职者面试之前必须温习的功课，销售行业亦是如此，这里为大家介绍一些销售员面试技巧，希望可以帮助广大的销售员找到理想的工作。

销售员的素质要求

在进行销售员面试之前，面试要先考虑好自己即将要面试的这个岗位的特点，这样才能更好的加强信心或是武装自己。那么销售员有哪些素质要求呢？

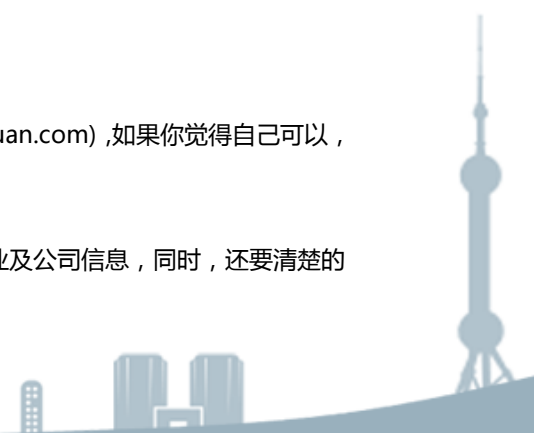
- 第一，你是否能承受很大的压力。
- 第二，你做事是不是只看结果不过程，因为销售员的工作往往看的就是结果。
- 第三，你的责任心是不是很强。
- 第四，你有没有强烈的欲望和工作的激情。
- 第五，你是不是一个有耐心的人。



这些都是做为销售员所要经历或是面对的(来自 :业务员网 :www.yewuyuan.com) ,如果你觉得自己可以，那么，这些素质也是求职单位希望看到的。

销售员面试技巧

销售员要想面试成功，第一点要做的就是去了解你要求职公司的相关行业及公司信息，同时，还要清楚的



对自身做一个整体了解，与招聘公司的招聘职位更贴切的优势特点，做到这些才能知己知彼，百战不怠。

之后要做的准备就是面试中考官会提出的一相关问题的准备。做为考官，对于求职的面试，主要就要考察一下求职者是不是适合自己的岗位，所以需要求职者在这块要做一番准备了。

1) 对事先准备好的行业及企业相关资料做一下整理，准备一份自己站在求职岗位上的对于企业后一些看法(虽然不一定会用到，但有备无患)。

2) 找出自己适合这个企业的理由，及自身的优势(主要是与企业有关的)，适时的秀给考官看，但要懂得分寸。

3、要始终保持积极乐观的态度，即使被宣传退出。

销售员面试中的一些注意事项：

1、第一印象是很重要的，整洁大方利落的装束最起码不会让考官讨厌你，其次如果能不经意间表现出销售员的好品质，就更会受到对方的好感，但千万不要刻意为之。

2、与考官对话，态度要不卑不亢，声音清楚洪亮，同时也要主动出击，有自己主见的人还是受人尊重的。

3、在面试中，除了你的外表和语言外，肢体和语音语调都在面试的成败中，起了非常重要的作用。要知道，面谈中肢体语言和语音语调最能另人印象深刻。所以怎样把握，大家也就心中有数了！

4、现场面试结束，并不代表整个面试的结束。结束以后的感谢信，和必要的电话询问都是面试的后续动作。同时，也不要患得患失，而要立即重新投入新的战斗，准备、准备、再准备！只有做了充分的准备，了解了公司需求和自身发展的契合度，并使自己成为他们不可或缺的人，才是职业成功的关键。

## 2.销售面试技巧

销售面试，对于每一个销售人员来说，都是通往另一阶段的必经关卡，而销售面试技巧，就成为顺利过关的法宝，因些，各中技巧不得不有所掌握。

销售面试分三部分，面试前，面试中，面试后，技巧也各不相同，举出一些面试技巧，供大家参考。

### ■ 面试前的准备工作

知己知彼，百战不怠，在这里也是适用的，所以准备工作是必须的，心里有底了，自然面试的时候就从容很多。

1) 要随时准备回答有关自己的问题，例如经历.学历.兴趣.嗜好.工作经验及家庭背景等。你的答案应该填写在求职信表格上的资料相一致。

2) 除了要清楚知道你所应征的职位，更要了解这份工作所要求的知识和技术，事前不访温习一下。

3) 对你所投考的工作和机构，应尽可能多搜集些有关资料，例如工作范围及性质，要求的资料等。自于机构的业务范围，组织机构和发展方向，也需要有概括的认识。

4) 带齐有关证书及推荐书，以备主考人查阅。最好能准备好这些文件的影印本，以便雇主保存。

5) 面试前一晚应避免过分操劳，最好能够早点休息。充足的睡眠能使人精神焕发，信心倍增。

6) 你的仪容往往影响主考人对你的第一印象，因此要注意你的穿着打扮。衣着要整洁适当，头发要梳理好，指甲要干净，化妆不宜太浓。总之，外表得体，自然会予人好感。

7) 紧记面试的时间和地点，在预约的时间前约15分钟到达面试地点，及早、计划行程，提早出发，可避免交通堵塞造成延误；路途上的阻滞或者迟到都会令你心情紧张，而一个畅顺的行程都可以松弛你紧张的心情。

### ■ 面试中的迎战工作

首先，销售员必须知道企业想了解什么。对于招聘销售人员，企业的考察涉及方方面面，除了考察求职者的专业技能这些“硬件”外，更注重“软件”资质，如学习能力、适应能力、表达能力、说服沟通能力、创新能力、组织协调能力、团队合作精神等。另外，职业道德、敬业精神和人文素质也是衡量的要点。

其次，招聘企业爱用的招数。企业在招聘过程中，除了传统的口试和笔试外，还加入了管理游戏和情景模拟面试法，这样，对求职者的考察会更加全面。

\* 销售员面试技巧一：给人第一印象要留好

面试时给考官的第一印象非常重要，开始的印象往往很可能就决定了面试结果。大体上说，着装应与企业

性质、文化相吻合，与职位相匹配。不论去什么公司，正装不仅正式大方，而且对别人也是一种尊重。女孩子一定要注重衣着形态的细节，避免穿无袖、露背、迷你裙等装束。对于初次求职者或刚出校门的大学生，服装也要以大方简洁为主。此外，女性求职者在夏季面试时要注意化妆端庄淡雅，细节之处处理好，如头发、指甲、配件等都应干净清爽，显示出干练精神的良好印象。

**\* 销售员面试技巧二：千万不要紧张**

面对掌握“生杀予夺”权力的面试官，多数人都会表现出紧张来，这是面试的大忌。对大多数人来说，面试时的紧张多半是由于太在乎面试机会，惟恐不被录取导致的。告诉你一个调整方法：面试前努力全身心放松；面试时用深呼吸的方法保持平静，或用心理暗示的方法来使自己放松，如在心里默念“我很放松，我尽力就行了”。只有放松，才能准确把握考官要问的问题和自己的回答方式。记住，心情放松、心态平和、充满自信，这样不仅能给考官留下好印象，也有利于保持头脑清醒、思维敏捷，在这样的状态下所做的回答才是最令考官满意的。

**\* 销售员面试技巧三：自我介绍**

重点突出“自我介绍”几乎是所有考官必问的题目，求职者在回答时一定要注意，所述内容要与简历相一致，若自相矛盾，只会给自己平添麻烦。在真正做“自我介绍”时，不妨坦诚自信地展现自我，重点突出与应聘职位相吻合的优势。你的相关能力和素质是企业最感兴趣的信息，因此，在许多情况下，在听取你的介绍时，考官也会抓住他感兴趣的点深入询问。所以，在进行表述时，要力求以真实为基础，顾及表达的逻辑性和条理性，避免冗长而没有重点的叙述。这样专业而出色的表现，肯定是令考官们赞赏有加的。

**\* 销售员面试技巧四：如何应对面试提问**

下面列出一些面试销售员时考官可能会问到的问题：

- 1) 请告诉我你最大的优点，你将给我们公司带来的最大财富是什么？
- 2) 你最大的缺点是什么？
- 3) 如果我录用你，你认为你在这份工作上会待多久呢？
- 4) 人们购买产品的三个主要原因是什么？
- 5) 关于我们的产品生产线和我们的客户群体，你了解多少？
- 6) 关于销售，你最喜欢和最不喜欢的是什么？为什么？
- 7) 若受到奖励，你有什么感想？
- 8) 你最典型的一个工作日是怎样安排的？
- 9) 为取得成功，一个好的销售人员应该具备哪四方面的素质？你为什么认为这些素质是十分重要的？
- 10) 电话推销和面对面的推销有什么区别？为使电话推销成功，需要什么样的特殊技能和技巧？
- 11) 在你的前任工作中，你用什么方法来发展并维持业已存在的客户的？
- 12) 若你给新员工上一堂销售课程，你在课堂上要讲些什么？为什么？
- 13) 请讲一下你在前任工作中所使用的最典型的销售方法和技巧。
- 14) 讲一个这样的经历：给你定的销售任务很大，完成任务的时间又很短，你用什么办法以确保达到销售任务目标的？
- 15) 你是否有超额完成销售目标的时候，你是怎样取得这样的业绩的？
- 16) 一般而言，从和客户接触到最终销售的完成需要多长时间？这个时间周期怎样才能缩短？
- 17) 你怎样才能把一个偶然的购买你产品的人变成经常购买的人？
- 18) 如果你愿意的话，请和我进行角色演习。假定你是一家猎头公司的推销员，你通过电话向我介绍了你自己。然后你设法让我相信，你所推销的产品是值得我花时间聆听的。

**\* 销售员面试技巧五：肢体语言，成功的变数**

肢体语言有什么妙用？我们每一个人每天都会做成千上万个肢体动作，有的是劳动工作运动所需要的，有的是我们身体自身的需要，而有些是一个民族的文化传统，比如：握手、拥抱、敬礼、鞠躬、抱拳等等这些肢体语言已经是礼仪的象征，你会用肢体语言表达你的意思被认为是涵养的文明人，反之会被认为粗俗。在面试者给人的印象中，用词内容占7%，肢体语言占55%，剩下的38%来自语音语调。因此，在面试中，不妨谨记以下这些小细节——

仔细聆听、面带微笑、措辞严谨、回答简洁明了、精神风貌乐观积极，这些丰富的肢体语言和恰当的语音语调，势必会使你的面试锦上添花、事半功倍！

#### ■ 面试后的善后工作

很多朋友面试之后就没什么事了，但是应聘还没有结束，善后工作还是需要您来完成的。

1) 在面试后的一、两天内，你必须给某个具体负责人写一封短信。感谢他为你所花费的精力和时间，为你提供的各种信息。这封信应该简短地谈到你对公司的兴趣，你有关的经历和你可以成功地帮他们解决的问题。

2) 如果两星期之内没有接到任何回音，你可以给主试人打个电话，问他“是否已经作出决定了？”这个电话可以表示出你的兴趣和热情。你还可以从他的口气中听出你是否有希望。

3) 面试看起来很成功，但结果你还是落选了。对此，你不要大惊小怪。面试时，大多数的主试人都尽量隐藏他们的真正意图，不会轻易让你看出来。万一他人通知你落选了，你也应该虚心地向他人请教你有什么欠缺，以便今后改进。一般来说，能够得到这样的反馈并不容易。

4) 如果你在打电话打听情况时觉察出自己有望选中，但最后决定尚未作出，那你就在一、两个星期后再打一次电话催催。

5) 每次打电话后，你还应该给他人寄封信，哪怕他们已经暗示你可能落选了。这样做的原因是：a) 你觉得有必要重新强调一下自己的优点。b) 你又发现了一些新的理由、成绩或经验，有必要让他们知道。得到一次面试机会不容易，不要轻易放弃希望。

例：面试后的感谢信

尊敬的高利斯先生：

感谢您昨天为我面试花费的时间和精力。和您谈话觉得很愉快，并且了解到许多关于贵公司的情况，包括公司的历史，管理形式以及公司宗旨。

正像我已经谈到的，我的专业知识、经验和成绩对贵公司是很有用的，尤其是吃苦钻研能力。我还在公司、您本人和我三者之间发现了思想方法和管理方法上的许多共同点。我对贵公司的前途十分有信心，希望有机会和你们共同工作，为公司的发展共同努力。

再一次感谢您。希望有机会与您再谈。

### 3. 汽车销售面试技巧

汽车行业是我们经济的一个热点，汽车销售也成了很多人求职的一个方向，那么汽车销售面试有技巧吗？该如何去准备呢？我们一起来看一下汽车销售面试技巧。

汽车销售面试技巧一：准备。

不打无准备之仗，这是销售人员都明白的道理，套用到面试环节也是很受用的，因此，汽车销售面试的第一个技巧就是事前的准备。包括

资料的准备：

1) 汽车行业市场简单情况。

2) 要面试公司的简单情况。例如汽车品牌的历史和车型等。

3) 个人面试汽车销售的优点，及个人一些对于行业的看法等。（以备面试官的提问）

个人状态的准备：

1) 个人着装方面，干净、大方、利落就可以。

2) 心态方面，做了充足的准备，自然胸有成竹。

汽车销售面试技巧二：实战

没有一个用人单位会不喜欢工作积极、主动的雇员的，很多企业喜欢招聘应届毕业生看中的就是他们的工作热情和活力。“要在求职过程中把你在这份工作的渴望和热爱表现出来！”中国职业咨询网的资深职业顾问吴斌说，“特别是有些条件不是很好，很容易因为学历或者某些硬件资格没达到要求而被刷下来的同学，如果实际能力较突出，但又难以在简历上体现出来，就更要积极主动出击，争取得到有用人决定权的招聘官的了解和肯定。可以自己开辟多条途径，比如说打电话或者直接上门拜访等等，但有一个前提就是不要让别人觉得你

烦”。

除了上述的几点以外，吴斌还特别提醒应届毕业生在面试时要特别注意的问题：

- 1) 不能说谎，要实事求是。一个没有诚信的人，无论他有多优秀，也是要受到用人单位鄙视的；
- 2) 要注意自己行为语言上的小细节。例如握手、告别、关门等小细节，容易忽略，但却是面试官观察候选人的一个很重要的途径，因此要特别谨慎注意；
- 3) 对薪金待遇的要求要慎重回答。就面对应届毕业生的招聘而言，很多企业都会有其相应的薪酬标准，无论你提多少，面试官都不会以你所提为参考标准的，只是把此作为探究你期望值的方法而已，因此，说“依据公司规定”是较妥当的回答。

汽车销售面试技巧三：结束

面试结束后，并不意味着你的面试整个过程结束了。

- 1) 在面试后的一、两天内，你必须给某个具体负责人写一封短信。感谢他为你所花费的精力和时间，为你提供的各种信息。这封信应该简短地谈到你对公司的兴趣，你有关的经历和你可以成功地帮他们解决的问题。
- 2) 如果两星期之内没有接到任何回音，你可以给主试人打个电话，问他“是否已经作出决定了？”这个电话可以表示出你的兴趣和热情。你还可以从他的口气中听出你是否有所希望。
- 3) 面试看起来很成功，但结果你还是落选了。对此，你不要大惊小怪。面试时，大多数的主试人都尽量隐藏他们的真正意图，不会轻易让你看出来。万一他人通知你落选了，你也应该虚心地向他人请教你有什么欠缺，以便今后改进。一般来说，能够得到这样的反馈并不容易。
- 4) 如果你在打电话打听情况时觉察出自己有望中选，但最后决定尚未作出，那你就在一、两个星期后再打一次电话催催。
- 5) 每次打电话后，你还应该给他人寄封信，哪怕他们已经暗示你可能落选了。这样做的原因是：a) 你觉得有必要重新强调一下自己的优点。b) 你又发现了一些新的理由、成绩或经验，有必要让他们知道。得到一次面试机会不容易，不要轻易放弃希望。

## 6.5 销售 8 大黄金法则

◎黄金法则1.创新思维—靠脑袋不靠嘴巴的

日本寿险界名人柴田和子，连续20年蝉联日本寿险销售冠军，也是金氏世界记录保持人，她分析：「成功业务员一定要有独创性思考能力，」，发挥个人创意，开创新市场的冒险头脑，是新一代业务员的一项密技。拥有出色的业务能力，不再是靠嘴巴，而是靠头脑。

ING安泰人寿的保险经纪人詹金宝，入行两年半，就连续两年击败2万7000位同事，连庄个人业绩冠军。詹金宝善于观察社会环境的变化，结合到产品销售。例如这两年利率走低，他将传统型寿险改包装成投资型产品来卖，他说：「如果说我和其他人有什么不同，那就是：我会自己创造产品特色。」

◎黄金法则2.如经营者般设计生意模式

美商如新 (Nu Skin) 的直销商罗振邦、林素霓夫妇，创造出每个月4000万元营收的庞大组织，拥有22位蓝钻级下线(月收入30-50万元)。他们为旗下的年轻下线设计一种毋须人脉就可完成的展业模式——问卷调查，「我们是传销界第一个用问卷做陌生开发，」在去年登上Nu Skin百万美金名人榜(累积收入超过3000万台币)的罗振邦自豪地说。

◎黄金法则3.渊博且具差异化的资讯提供者

创新可以找到新市场、新客户，但要往深的扎根，靠的还是专业。创新思维像是找到一块空地，空地上的建筑工程则需要专业来建设。

TOYOTA国都丰田汽车的翁明铃，30岁出头，亲切、有礼的女性，累积销售数量居TOYOTA所有销售员之冠。女生卖车，你可能会怀疑她懂不懂车？然而，她的专业让同行的男性销售员都佩服。「我相信自己比别人都更懂车，因为我不是翻翻汽车杂志而已，而是亲身去感受，」翁明铃这样说着。

她会为了了解不同车种的避震器去借车来体验，驾驶座的感觉还不够，再换到左前座、后座，再试试看转

弯、煞车。当顾客随口问她：避震器好不好？翁明铃可以回答出坐在每一座位的感觉，这是汽车杂志上学不到的专业。

#### ◎黄金法则4.如顾问般解决顾客疑难杂症

「现在，业务人员的角色愈来愈像顾问，」英国保诚投信业务企划部协理陈绍蔚说，以基金业务来说，要完成销售，不止要懂基金，还要研究各种不同的投资工具，然后建议客户最适当的资金配置。

英国保诚投信的基金规模约1000亿元，有700亿是陈绍蔚的团队完成的，「我很少跟客户吃饭应酬，倒是下班后常要帮客户代笔写报告，」陈绍蔚笑着说，他在和客户互动时，角色常常更像在做理财咨询。

「业务员的专业知识要大于客户，」104人力银行总经理杨基宽分析，这些知识不是用来包装自己的，「是要来解决客户的问题，」如果不能解决客户问题，还不用谈到产品优劣，个人就已经出局了。

#### ◎黄金法则5.不只是卖产品的人，更是整合资源的人

「现在的销售工作，环节、流程很复杂，专业的东西很多，」凌来诚在纸上画了很多小圈圈，然后再画一个大圈圈，抬头说：「业务的专业，就是要能整合各个专业。」

翁明铃平日勤于搜集各种资料，当顾客上门时能呈现最客观的参考资料，除此之外，每个星期有3、4天都固定要到保养厂，关心顾客车子的维修状况之外，也和技工保持良好的关系。她明白，必须要从提供贩卖之前的充分资讯，整合到售后服务的资源，顾客才会买到一部好车。

#### ◎黄金法则6.100%顾客导向

曾经担任业务工作的杨基宽分析：「以前大部份做业务是hard sales（强迫推销），只要有产品加上一些销售技巧就行。」但现在，当买方市场来临，强迫只会带来反感，「必须完全从顾客需求出发。」

「以前你会常常听到业务员说：不行！这是公司规定的，」凌来诚分析，「公司规定」的意思，就不是从顾客出发，「现在，当顾客有问题，即使再困难，业务员都必须说：好！我回去沟通。」

新典范的Top Sales，几乎没有人不奉行这个原则。美商如新的罗振邦与林素霓在扩展下线组织时，深知直销的工作本质会带来大量的挫折感，便营造一个团体激励的组织环境。

#### ◎黄金法则7.小细节大信任

顾客为什么选择你的产品？如前所述，舌灿莲花已经不管用，成交的原因，大半来自信任。

保诚投信的陈绍蔚卖基金有一个原则，当股市行情不好时，他会建议客户要将资金分散到其他投资工具，虽然这样短期内对他的业绩是不利的，但却保障了客户资产。「不要竭泽而渔，」陈绍蔚强调。因为赢得客户信任，入行八年，他和客户都成为好朋友，虽然现在他已经不跑业务，这些朋友仍然是整个团队的长期客户。

「为客户设想」，大家都懂的原则，但问题是，要怎么做，才能让顾客愿意相信一个素不相识的人？「关键在于小细节，」翁明铃卖的每一部车都是她爬进爬出，里里外外检查到安心才交到客户手上。「用心有多深，感受就有多深，」凌来诚一字一字地强调。

#### ◎黄金法则8.培养团队精神，为日后生涯铺路

还在抢同事的case、垫高自己的业绩？不不不，这年头单打独斗成不了业绩英雄，你需要同事分享资讯与经验，需要同事完成服务，遇到大案子，还得一起从同业手上抢过来，更重要的是，除非你只想短期打工，否则有一天你升任主管，你的团队一定充满内斗和混乱。

业务工作的新典范，再也不是注重短期的爆发力，需要的是研究、布局、经营，而凡此种种，需要的都是长期的累积。而无论是以前把酒言欢的交际，或是如今专业顾问般的解决顾客问题，从未改变的是，人和人相处感觉。「销售是个性的延伸，卖的不只产品，是你自己，」杨基宽一语点破业务工作的核心。

还在怨怼公司产品不好、制度不好吗？当然，你可以选择换一家公司，但更重要的，可能是改变自己。

## 6.6 销售人员的职业发展方向

销售可以说是最广泛、最具有挑战性的职业，在市场高度开放的时代，没有哪家企业敢说我不需要销售人员，从某种程度上说，销售队伍的生命力决定了企业的生命力。当然也有很特殊的情况，比如一些刚起步的小企业可能就没有专职销售和市场人员，因为老板本身就担当了销售人员的角色。

对年轻人而言，销售或许是最可能在短时间内获得成功的职业。销售人员作为企业员工中相对独立的一个群体，和财务人员、研发人员、生产人员、技术人员等岗位相比，销售工作的平均岗位进入壁垒较低。从事其他工作的人员--无论是从事技术性工作或服务人员，只要身体健康，年龄适当，都有可能转到销售岗位上，较低的岗位进入壁垒，使销售成为很多人的就业切入点。由于销售是一个实践性非常强的职业，大家全凭业绩说话，而且业绩也比较容易衡量，所以除了一些特别专业的技术销售职位外，大多数销售岗位对学历要求并不是很高。

销售人员有非常明显的特点：工作稳定性差、工作压力大、出差应酬成为生活的常态。特别对于直接面向市场的基层业务人员而言，虽然工作时间比较自由，但由于销售指标的压力，常常令已婚者顾不上照顾家人，未婚者顾不上恋爱，很长时间不能和朋友闲聊、聚会。当然，销售是一个高压、高回报的职位，除了最高决策层外，多数企业中最容易产生高薪的职位便是销售类。和同级别的财务总监、人力资源经理相比，销售总监、销售经理的收入普遍会高出一截。

随着年龄的增长，当冲劲和激情淡淡褪去，对家庭的责任和对稳定生活的追求，令众多年轻的基层销售人员开始规划自己的职业方向。业务销售人员的出路何在？职业发展的通路是什么？

按照所从事的销售工作的内容，目前国内的销售人员可分为高级营销人员（如销售经理）、一般销售人员（多为客户代表）、推销人员（包括商场售货员和挖掘客户的推销人员）和兼职销售人员。总体来看，销售人员有四种职业出路。一是纵向发展成长为高级销售经理，不过能达到这一目标的销售人员为数很少；二是横向发展转换到管理等其他岗位；三是独立发展自己创业；四是专业发展做销售领域的管理咨询或培训。可以看出，从销售队伍中走出来远不如走进去那样容易，所以销售人员之间的竞争也是十分激烈的。下面我们具体展开来谈谈销售类人员的发展方向：

#### 1.方向一：成为高级销售经理

销售人员的职业成长，如果定位于一直从事销售工作，可以肯定的目标便是成为高级的销售人才。实现这一目标的方向有两个，首先是从“术”的角度出发，不断改进和提升工作的方法和能力，从低级的非专业化的销售人员变成职业选手。这一变化趋势主要体现在工作的理念、思路、工具和方法都做得更加专业，从靠感觉、靠冲劲做事转变为讲求定量数据、专业调查分析、把握市场规律性；第二个方向就是从“术”提升到“道”，从战略层面和组织全局高度的角度进行系统思维，进一步提升和转换职位角色。要成为高级的销售人才或经理人，销售人员必须要增加系统分析、全面思考，从企业战略高度做销售，思考销售，多挖掘一线的信息，进行智慧加工，最终起到为高层决策扮演战略顾问角色的作用。

从具体的发展途经，又有如下几个方向：

##### 上行流动

如果有在大公司或集团的分支机构、片区或分公司做销售的经验，当积累一定的经验后，优秀的销售人才可以选择合适的机会，上行流动发展，到更上一级的或公司总部做销售部门工作，或者可以带领更大的销售团队、管理大区市场。在处于成长期的快速消费品行业，许多销售人员都是通过上行流动而闯出自己职业发展的新天地。

##### 下行流动

如果在公司总部销售部门工作当积累一定的经验后，可以根据市场发展的规模和速度，选择合适的机会，下行流动发展，到下一级或多级的分支机构去工作，通常是带销售团队、管理省/大区市场，或是要到某个细分市场开辟新的业务。这样的销售人员，可以在总公司的先进的销售管理理念和操作手段和实际的市场结合，在继续锻炼一定时间后往往成为许多企业的未来领军人物或高级经理人。

##### 横向跳槽

优秀的销售人员往往是公司的骨干，可直接为公司带来营业收入和现金流，但如果公司的薪酬福利或绩效考核政策不能有效地激励他们，那么他们转行或跳槽就在所难免。从组织的角度来看，许多公司都不惜重金从竞争对手将一些优秀的销售人才挖走。从个人的角度来看，水往低处流，人往高处走。只要没有违反职业道德、劳动合同的相关条款规定和相关法律规定，销售人员在发展到一定程度后换一个环境和空间都是一条不错的路

子。



#### 2.方向二：转向管理岗位

当销售人员做到一定的时候，可以结合个人兴趣和组织需求通过横向流动即轮岗的方式，转向相关的专业化职能管理岗位，具体可以从三个角度考虑选择：

如果还是对销售业务或相关的工作感兴趣，不愿意完全离开市场营销工作，公司的人力资源安排也允许，可以选择横向的相关岗位如：市场分析、公关推广、品牌建设与管理、渠道管理、供应商管理等。

如果有管理专业背景或者对管理感兴趣，可以发展的方向包括：市场信息或情报管理、行业研究、战略规划、人力资源管理、项目管理等。

如果在销售工作中在产品或行业的生产制造、运营、研究开发、设计等技术方面积累了优势，则可以往技术含量较高的岗位流动如：运作管理、售前技术支持、产品测试、售后技术服务等。

#### 2.4.3方向三：个人创业

有过销售背景的人出来创业，可以说是最适合不过的。企业要生存，首先要有市场，做好业务工作是很多创业者必须自己先行解决的难题。许多令人羡慕的成功人士都是从销售人员开始做起，在积累一定的资金、经验和资源后进行独立创业而获得成功的。

销售人员进行创业最大的优势是经验和资源优势。一个有着丰富销售经验的人士比起其他创业者，对行业的理解、对企业的运作、对市场变化的感知都会有很大的优势。同时，他们很可能积累了资金和良好的产业链上下游的人际资源，了解行业的运作模式和成功关键，甚至于合理合法地把握了稳定的客户关系资源。



#### 4.方向四：转做管理咨询和培训

如果离开本行业，重新开始新的事业空间，也是一种新的职业方向选择。比如有经验的销售人员改做管理咨询和培训也是不错的选择，许多管理咨询公司的咨询顾问、培训师都是从营销实践中转过来的，有些还是营销老总、总监、大区经理等，因为他们有丰富的销售经验和行业背景，更理解企业实践的营销环境，在做相关行业的营销管理咨询、战略咨询和专业培训时，尤其显得有优势。

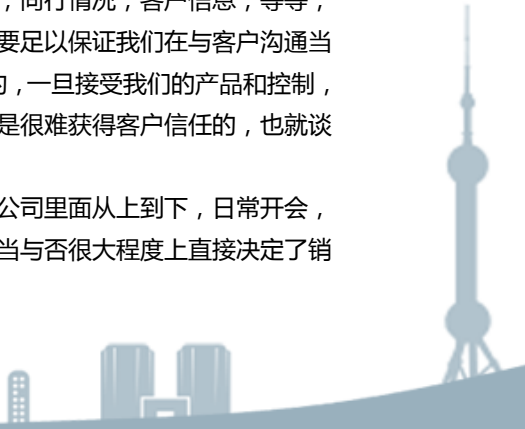
## 6.7 销售人才把握好方法会比其他职业更易成功

从事销售工作可以从以下方面去把握和努力，应该可以成功。

第一、态度。积极并热爱的态度去投身到艰苦的销售工作当中，是自己的事业，自己的价值所在，不是帮助更不是协助你的公司发展，而是溶为一体共同发展。我们人，两个条件一般能保证事情做得很好，其一，自己的事，没有借口没有理由，一定全力以赴；其二，热爱的事，爱上一个女生，你会不会发现自己感情特丰富，有用不完的精力，而且潜力巨大。所以，做好销售的第一步：怀着你的积极和满腔的热爱，从你身边的每一件事情开始做，你一定能做好。不当自己的事，不热爱的事，认为是领导安排下来的事，是没办法只好做的事，即使完成了也绝对不会做得完美。当然，从公司来讲，高的员工薪水，好的公司管理，优良的公司文化也能很大程度上提升员工的积极和热爱的态度。

第二、知识。知识包括基本知识和相关知识两方面：基本知识，指我们从小到大在脑海当中积累下来的东西，保证我们在这个社会当中与人相处和正常生活所必须的常识；相关知识，指与我们销售工作相关的所有知识，包括：行业知识，最新资讯，行业趋势，产品知识，公司情况，竞品情况，同行情况，客户信息，等等，相关知识是个动态的不断更新的，要求我们要不段学习、补充，来完善自己，要足以保证我们在与客户沟通当中处于领先，比客户认识更全面和更准确。在客户眼里，对我们是有很大大期望的，一旦接受我们的产品和控制，是要我们带领他们去获取比现在更大的利润或更好的环境，我们做不到这点，是很难获得客户信任的，也就谈不上交易的成功。

第三、方法。方法在销售活动中，表现最为活跃，也是谈论最多的话题，公司里面从上到下，日常开会，讨论，很多的议题都是围绕着方法来进行的，可以说方法的正确与否、运用得当与否很大程度上直接决定了销



售的成败。方法包括沟通的方法、自我管理的方法和团队协作的方法三个方面，下面分别作以分析。



### 1、沟通的方法。

沟通是我们销售工作中运用最频繁的词汇，但我们往往只是简单地把它作为一个动词一个流行的词语来使用，等同于交流、交谈、拜访、问候、通知等词汇看待。

其实，销售工作当中的沟通一词包含了深刻的含义，它描述了我们与客户之间的全部内容。沟通，指为了预定的目标，通过信息、思想或情感在个人或群体间传递，并达成共同协议的过程。所以，沟通具备三个要素：预定的目标，信息、思想或情感，共同协议，三者缺一都只能叫做无效的沟通或失败的沟通。那么，知道了什么叫沟通，就明白了在工作中做好与客户的沟通该如何下手了。在与客户沟通前，你的目标是什么，要达到你的目标是通过传递信息、思想或情感还是三选二还是三者合一，通过语言还是行为还是语言加上行为来传递，这需要根据具体的工作内容来确定，务必做到准确适当，更重要的是达成预定的目标，形成共同的协议，此协议是广义上的，可能是书面的，可能是口头上的，可能是心理上的默许，总之，只有具备了上述三个要素方可称为沟通。

### 2、自我管理的方法。

或者叫做自律或职业操守，这包括自我的时间管理和自我的行为管理。

时间管理，一个优秀的销售人员永远知道把他的时间摆在最有效率的地方，或摆在最有生产力的地方，还要去检查为什么有的人可以在最短的时间把事情做好，如何利用移动时间，比方说在公车上或开车、等人等各种时间，这些时间你不是在工作，你怎么样去利用它呢？这些都需要自己去思考、去活用。每一天的时间里不外乎是工作、拜访顾客、打电话或者是产品的介绍。要求自己精神集中，养成一种专注的好习惯，“没有计划就是计划失败”，要学会在前一天晚上安排好第二天的行程表。一个善于管理时间的人，就可以管理好一切，如果连自己的时间都不能管理好的话，一切就是空谈。管理时间最有效的办法就是不花费时间，而是时间。最重要的是把你每一天的时间如何储存、运用好。永远把时间在人际关系和你的未来人生目标上，就是管理时间的最好诀窍。行为管理，我们随时在观察，我们也根据人们的行为而在脑海中将他们分门别类。我们会说某人很好相处、某人太爱出风头、某人则举止友善等等。说实在的，这一点很难把握，因为很多人的判断标准都是感觉上的，所以针对这一点，我只能说，如果你一向在同事和在客户眼里有很好的口碑和信誉那么请你一直保持，如果你感觉不是这样，因为自己一般很难发现，那么你得借助别人的眼光来挑自己的毛病，因为没有人愿意让自己成为不受欢迎的人，只是因为本人不知道，认识自己本身就是一件不容易的事情，而时常可以把别人当作你的一面镜子。



### 3、团队协作的方法。

销售工作绝对不是一个人的事，也不单单是销售部门的事，好的销售业绩，一定是整个公司团队通力合作的结果。

《西游记》中，师徒四人作为一个团队，每个人都逐渐学会了在团队中的生存规则，互相取长补短，发挥了强大的团队精神的作用，才历尽千辛万苦，到西天取得了真经。而作为销售人员，需要与各种各样的人打交道，那么，团队精神就显得尤其重要。因为每个营销员都应该是一块“好钢”，但必须要放在团队这个“大熔炉”中，经过千锤百炼，才能够成为好的模具，创造优秀的成果。也就是说，销售人员要善于整合各方面的资源为我所用，与大家精诚合作，以团队的力量来规划个人的职业生涯，以团队的力量去实现自我价值。我们要做到：胸怀宽广，容天下难容之人，容天下难容之事；要能够适应不同的环境，容纳别人的不足，同时还要能听得进别人的意见和建议；尊重和帮助他人，建立和谐人际关系，建设和谐团队，只有这样才能左右逢源；把利益看得“轻如鸿毛”，绝对不计较“蜗角功名，蝇头不利”，必须要有长远眼光；谦虚谨慎的作风和勇于承担责任的精神；原则性与灵活性相结合，公正做人，诚信做事。

