# 产品成功销售技巧的态度

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2025-02-16

*第一篇：产品成功销售技巧的态度产品成功销售技巧的态度产品成功销售技巧对于每一个销售人员来说都是充满诱惑力的，不仅是可以提高自己的业绩，同时也是对于自身能力的一个提高。在这里简单介绍一些产品成功销售技巧，供大家参考。记得网上有人说过，成功的...*

**第一篇：产品成功销售技巧的态度**

产品成功销售技巧的态度

产品成功销售技巧对于每一个销售人员来说都是充满诱惑力的，不仅是可以提高自己的业绩，同时也是对于自身能力的一个提高。在这里简单介绍一些产品成功销售技巧，供大家参考。

记得网上有人说过，成功的销售等于态度加技巧，那么销售人员对于产品以及对自己应该有什么样的态度呢？

对产品的态度

对产品的态度会决定销售人员业绩的高低。销售人员认可公司的同时，也应该认可公司的产品。对产品的和对自己的自信是分不开的。如果销售人员认可公司产品，那么在与客户的互动沟通之中，会有效地传达给客户这样充满自信的信息，从而能顺利地说服顾客。

要做到对产品持有正确的态度，销售人员需要在产品专业知识方面狠下功夫，了解产品具有的全部优点，了解产品符合顾客需要的各种特点。找出顾客的需求，并将顾客的需求与产品的优点密切结合，说服顾客进行购买。成功的销售人员能够不断地找出公司产品的众多优点，充分满足顾客的需求。

对客户的态度

客户是我们的衣食父母，但是并不是说我们就要无条件的屈从于顾客，在销售产品过程中，我们对于客户的态度，就是要把自己置身于客户的位置上去，当你成为一个客户的时候，您想要销售人员有什么样的态度呢？

对自己的态度

销售人员完善的心态首先是对自己的态度。正确的对自己的态度是：认为自己很优秀，不断持续地增强自信。即便刚刚开始做业务工作，销售人员也应该充满自信，这样，坚定的信念和顽强的意志才能不断鼓舞着销售人员，勇于面对顾客。

产品的成功销售离不开与客户的沟通，有了态度我们接下来看一下成功的销售陈述技巧。

·利益是销售陈述的重点

1.确保解决方案和产品利益要与客户需求之间的精确匹配，客户不会理解那些他们不明白的特性，也不会重视那些与他们的实际需求无关的的利益。

2.向客户介绍不超过三个最重要的且能满足客户需求的优点和利益点，因为客户一般不会记住超过三个的产品优点和利益。

·销售陈述妙趣横生，吸引潜在客户。

产品陈述需要遵循注意力、兴趣、渴望以及行动的原则。除了针对销售对象的需要，展示你的产品所具有的优越性和价值外，你还必须使销售陈述变得生动有趣，充分调动你的形体语言，而最好的形体语言技巧之一是微笑。

通过提问、试用产品、产品演示等方法激发客户参与到销售陈述中来，通过让潜在客户的参与，你会抓住客户的注意力，减少客户对购买的不确定性和抵触情绪。事实上，使买方积极地描述利益比你描述相同的内容而卖方消极地听效果更好。

·证明性销售陈述更有力量。

可借助第三方来证实你的产品优势和利益。用事实说话：图片、模型、VCD等都是最好的选择方法；让专家说话：权威机构的检测报告或专家的论据；让数字说话：产品的销售统计资料及与竞争者的比较资料；让公众说话：来自媒体特别是权威报刊、杂志的相关产品报道；让顾客说话：客户推荐函以及一些实际使用的实例等。

产品成功销售技巧，不同的人会给出各不相同的答案，您有没有让自己的产品成功销售的技巧呢？

**第二篇：产品成功销售技巧**

产品成功销售技巧

对产品的态度

对产品的态度会决定销售人员业绩的高低。销售[1]人员认可公司的同时，也应该认可公司的产品。对产品的和对自己的自信是分不开的。如果销售人员认可公司产品，那么在与客户的互动沟通之中，会有效地传达给客户这样充满自信，从而能顺利地说服顾客。要做到对产品持有正确的态度，销售人员需要在产品专业知识方面狠下功夫，了解产品具有的全部优点，了解产品符合顾客需要的各种特点。找出顾客的需求，并将顾客的需求与产品的优点密切结合，说服顾客进行购买。成功的销售人员能够不断地找出公司产品的众多优点，充分满足顾客的需求。

对客户的态度

客户是我们的衣食父母，但是并不是说我们就要无条件的屈从于顾客，在销售产品过程中，我们对于客户的态度，就是要把自己置身于客户的位置上去，当你成为一个客户的时候，您想要销售人员有什么样的态度呢？对自己的态度

销售人员完善的心态首先是对自己的态度。正确的对自己的态度是：认为自己很优秀，不断持续地增强自信。即便刚刚开始做业务工作，销售人员也应该充满自信，这样，坚定的信念和顽强的意志才能不断鼓舞着销售人员，勇于面对顾客。

产品的成功销售离不开与客户的沟通，有了态度我们接下来看一下成功的销售陈述技巧。利益是销售陈述的重点 1.确保解决方案和产品利益要与客户需求之间的精确匹配，客户不会理解那些他们不明白的特性，也不会重视那些与他们的实际需求无关的的利益。2.向客户介绍不超过三个最重要的且能满足客户需求的优点和利益点，因为客户一般不会记住超过三个的产品优点和利益。

销售陈述妙趣横生，吸引潜在客户。产品陈述需要遵循注意力、兴趣、渴望以及行动的原则。除了针对销售对象的需要，展示你的产品所具有的优越性和价值外，你还必须使销售陈述变得生动有趣，充分调动你的形体语言，而最好的形体语言技巧之一是微笑。通过提问、试用产品、产品演示等方法激发客户参与到销售陈述中来，通过让潜在客户的参与，你会抓住客户的注意力，减少客户对购买的不确定性和抵触情绪。事实上，使买方积极地描述利益比你描述相同的内容而买方消极地听效果更好。

**第三篇：产品的销售技巧**

产 品 销 售

介绍产品的着眼点：

基本着眼点：功能/可靠性/技术难度/使用方法/售后服务/价格

辅助着眼点：外观/设计/促销及小礼品

其它着眼点：广告/销售成果/企业实力/获得的荣誉/用户评价

介绍产品常用方法

一、要让顾客知道看产品该怎么看

例如：介绍窗帘你要让顾客知道面料怎么看（经纬密度、手感、质感、制造工艺、图案设计、其它）同时以自己产品优势提醒顾客特别要注意的地方

二、尽量让顾客感受产品

例如：蝶依斓窗帘面料质地、手感好，你就要让顾客用手亲自去感觉，该面料不同一般的手感，特种工艺面料要让顾客感受其工艺精湛的程度及其图案所产生的立体效果，经过这样给顾客的亲身感受，会使顾客对你的产品产生经得住考验，值得信赖的感觉。

三、按顾客的视线介绍产品

也就说你在介绍产品前要看顾客的视线，他是在留意面料的质地呢？还是在留意产品的花色、款式？或者是透光效果？然后你才根据顾客的视线来介绍产品，这样可以节省时间并准确切入顾客购买的关键点。

四、强调产品给顾客的利益和价值

假如你在推荐布艺窗帘和谐统一的效果，为顾客节省了时间，你就要通过强调产品能够配套布艺沙发，达致居室环境和谐统一的效果，为顾客节省了时间，激发顾客的购买欲望。如：

１）究竟给顾客省了多少心思？

明码实价的操作不会使顾客有享受不公平待遇的担心，配套的相关产品能够满足不同顾客的需求。

2）好的窗帘给顾客带来哪些好处？

温馨的家居环境、更好的心情、更真实的家居色彩、保护你和家人的隐私、给来家里做客的亲友留下美好的印象等等）

3）良好的品质给顾客省了哪些麻烦？

不会因为缩水而导致不能使用，不会因为岁月的流走而失去良好的售后服务承诺。

4）良好的售后服务给顾客带来哪些利益保障？

一个电话，我们就能在24小时为客户解决在使用过程中的不便。

介绍产品的要决

1、熟练产品的知识，拥有丰富的产品知识是达成销售的必要条件。

2、避免用专业和名词术语，力求在顾客的立场上进行简明易懂的产品介绍。

3、介绍产品要有所侧重，针对顾客的疑问进行解释。

4、介绍产品时要有自信，不能含糊其辞。

5、仔细聆听顾客的提问，抓住重点加以引导，巧妙介绍公司产品的优势和卖点。

6、根据顾客的不同类型，选择不同的介绍方式。

7、描绘产品使用后的效果，引起顾客的联想。

8、充分利用公司获得的各种荣誉证书，增强顾客对产品的信心。

9、抓住顾客需要的关键点，强化产品优势。

10、经常让顾客切身感受。

11、语音、语速和肢体语言与顾客相协调。

12、强调产品价值，尽可能把价格放在最后谈。

提问顾客时要注意几点

1、提问顾客要点到为此，避免连续发问？

连续发出一连窜的提问会让顾客感觉你在做调查而不是服务。

例：“你家里正在装修吧？大概什么时间搬新房呢？现在是来看看还是先订下来呢？”

2、顺应顾客要求介绍产品

按顾客回答问题的实际情况进行追问并顺便介绍产品。

例：“你的房子装修是什么风格？”顾客回答“是简约型”，这时导购员就该顺应顾客的回答“先生/小姐你看我们这款南韩高档面料挺适合你的”；又如顾客回答“你的产品太贵啦”，这时导购也要顺应顾客的回答“我们的产品贵是贵一点，可是我们的质量——、服务——、品牌——”或是顺便赞美顾客说“某某先生/小姐你真是有眼光，一眼就看中了我公司刚推出的新产品”，而不应该回答说“不贵啊，一分钱一分货嘛。”

3、提问要简单易懂

避免问题要顾客作深入的思考或进行逻辑推理，想办法提出一些促使购买的问题。

例：“你房间里使用的是暖色的墙漆呢，还是冷色调的？”

4、充分利用提过的问题

例：假如顾客回答过“我的房子正在装修”，导购员就可以借助这个问题说“那您的房子装修出来一定很漂亮哦”或“那是个高档住宅小区”等诸如此类的问题赞美、取悦顾客，这样可以激起顾客兴趣。

5、避免问不明确的问题

例：如“你要买什么”“你需要什么”“你喜欢哪一款？”等，应该问一些目标相对明确的问题

促使顾客下决心的8个方法

一、其中其一

顾客喜欢的产品会多次看或触摸，导购员可根据观察得知，集中火力在此产品上，大力推荐这一产品。例如说“这款产品是卖得最好的”、“这款产品是新推出的”，非常有个性、有特色，您眼光真的很好，等等„„

二、排除法

根据顾客的言谈了解顾客的喜好，将其不喜欢的产品排除介绍，这样可以大大节省你介绍产品的时间，特别在顾客比较多或是期

六、星期天的时候用得多一点。

三、二选一的方法

当顾客对好几款窗帘都有兴趣，但是只需购买一款时，这时导购员应促成顾客购买对着其中任意两款窗帘，说“你是喜欢这一款呢，还是喜欢那一款”，而不能问“这么多款式你喜欢哪一款？”这样更让顾客难于下决定，可能错失成交机会。

四、动作诉求

当顾客犹豫不决时，可通过让顾客亲自触摸产品来促进顾客下决心购买。

五、感性诉求

使用感人的语言可以促进顾客下决心，例如，当导购员向一顾客介绍一款卡通画的窗帘时，补充一句“您小孩一定会喜欢它的”这时顾客会联想到小孩得到满足的情景而下决心购买。或者类似“这款窗帘买回去你丈夫一定也很满意！”

六、打动随同人员

通常情况下顾客对商家或导购员都存在不信任的心理，但他会把随同人员的话当作真理，所以导购员在介绍产品的时候一定不要忽视了顾客的随同人员，要找准机会向随同人员发问，如“你认为这款窗帘是不是也很合适他”或“你一定很有眼光，你来帮他参谋参谋”。

七、充分利用促销礼品或促销活动

当顾客拿不定注意什么时候买或是因为价格还在犹豫时，可以充分利用促销礼品特价活动强调如果你现在不买，日后错过了时机会损失很多实惠，来促使顾客下决心购买。

八、给顾客记录欲购清单

当介绍产品到顾客开始认同你的产品时，导购员应该很自然地拿起销售记录单帮顾客记录欲购买的产品，可以说“能确定的我们先记下来吧，免得回头又忘了”，然后继续介绍产品。

带给顾客意外惊喜4法

一、细心的服务

\*当顾客购买某个型号的产品刚好没货时，可记下顾客的电话，有货时立即通知顾客或安排送货；

\*当顾客遗漏什么东西在你店里时，应当把它收拾好，给顾客物归原主的惊喜等等„„

二、额外的服务

\*当顾客携带很多东西时，可主动帮顾客看好物品（但需提醒贵重物品随身携带）。\*带小孩的顾客遇到小孩哭闹时，可拿点什么哄哄小孩等。

三、称呼顾客

\*记住顾客的姓名，当顾客再次光临时热情地直呼顾客的姓氏。这会让顾客觉得你很尊重他，感到意外的惊喜。

四、派发必须品

\*如下雨时，可将纸巾派发给身上有雨点的顾客或天气热顾客正在冒汗时； \*若跟顾客谈得比较多时，及时给顾客倒怀水等等。

与顾客沟通的技巧

1、表情：

在与顾客沟通的过程始终要保持微笑，要给顾客传递热情、开朗、自信、可亲、大方的情感，也是给顾客营造轻松的购物环境。

2、眼神：

眼睛是心灵的窗口，与顾客沟通的过程中切忌东张西望或不敢正视对方，正确的方式应该将目光投在对方眉宇之间或脸部三角区，表现你的诚实、专注、有自信。

3、认真聆听：

聆听时不要假设任何事情；不要打岔；不要反应太快。要记住“别人所说的话一定有他的道理”。在聆听的过程中要表现出一种理解、耐心、素养，同时它可以使你更加准确判断对方的真实用意。

4、语言艺术：

在与顾客沟通过程中语言、语速、语调和肢体语言要与顾客相协调。

例如你遇到的是一个说话比较慢的顾客，相对来说你在介绍产品的时候说话也要慢一点，这样容易得到顾客的认同。

表达不同的观点时，先对顾客的观点表示理解或肯定，再表达自己的观点。

例如：顾客说你的产品比别的牌子贵时，你可以说“先生，你的想法我可以理解，可是你愿意牺牲产品的品质和服务来满足低价吗？”或说“我相信你比较了很多产品，可是你愿意牺牲产品的价值而只考虑价格吗？”或说：“你选择的都是比较个性化的产品，我们一样有价廉物美的产品。”

没有不好，只有更好

我们的产品只有好、很好、更好。决不可以有“这一款不好另一款比较好”的介绍用语出现。

多用肯定的语气而不是否定的语气

例如：顾客问：“有便宜卷帘吗？”否定回答：“没有”，这种回答会给顾客拒绝的感觉会扭头就走，正确的回答“我们以布艺窗帘为主，也有多种系列的卷帘”。

用委婉而不是命令的语气

例如：“请交钱”这种说法有命令的感觉，如果换个委婉的说法“某某先生/小姐麻烦你先预付30%的货款作为定金，好吗？”还有如“为方便我们的售后服务，请你留下电话好吗？”等等，这样的语气顾客一般都会欣然接受，愉快同意。拒绝时先说：“对不起”然后委婉地陈述

例如：不能接受顾客提出的打折时，说“名成窗饰专柜是不打折的”这样会给顾客留下很深的拒绝感，没有台阶可下，触发逆反心理。如果换个说法“真的很抱歉，名成窗饰专柜产品的价格是全国统一的，明码标价，请原谅不能打折”这样顾客会比较容易接受。

满足客户自主选择的欲望

例如：给顾客推荐产品时说：“我觉得这款窗帘比较适合你，你看呢？”这样顾

客会感到自主选择的满足。

多赞美顾客，感激顾客

在销售过程中尽可能多使用“你真有眼光”等赞美语和“谢谢您”这样的感谢语，增加顾客对你的好感和信赖感，但在同顾客初次接触中避免用具体的形容词来赞美顾客，这样会让顾客感觉很假、不诚恳，而起了反作用。

不管顾客最终有没有成交都要真诚地感谢顾客。

合理解释没有库存及产品降价的原因

例如：没有库存应该说“对不起，恰好卖完了”，降价原因应该表达为“回馈、让利”等。

充分肯定顾客的观点，侧重突出介绍产品品质，性价比

例如：“蝶依斓窗帘品质好，所以价格比较贵”这样给顾客留下的是价格贵的对象，而表达成“我们产品价格是贵一点，可是品质很好、性价比很高喔”这样给顾客的印象是蝶依斓窗帘品质优良。

5、销售中注意的问题

（一）在价格谈成僵局时，可以把店长找来，以他们的名义再给顾客一个优惠价。使顾客心里感到已得到别人无法得到的最大优惠了。

（二）顾客离开商场时，递张宣传单或名片，并欢迎他下次光临，使他有亲切感，扩大本商场的宣传效果。

（三）遇到自己无法解答的问题时，不能说不知道，要及时请教同事和店长，给顾客一个准确的答复。

（四）无法满足顾客要求时，要说对不起。

（五）顾客离开商场时，马上整理顾客动过的物品，并把顾客的意见记下来，向店长反映。

6、讨价还价的应对方法

价格牌（或口头报价）上标示的价格是有正当根据的，因此，必须知道“轻易的减价会伤害信用”。轻易地减价会使顾客怀疑“是否开始报价很高”，同时也降低商场和店员的信赖程度。因此，必须向顾客讲明我们商场是一口价，没有浮动价，另一方面，可以给顾客粗略算一下商品进价、运费、管理费等帐，让顾客知道我们的销售是微利销售。如果因价格与顾客僵持不下时，可请经理出面再行商谈。如

**第四篇：化妆品成功销售技巧**

化妆品成功销售技巧

这里有销售技巧，也有个人成长，更有不传的职场秘技„„

我自认为：

1、“只要人对了，世界就对了。”

销售这个行业，一定要有积极向上的心态，尤其是对于每天要面对不同类型的客户的人来说，每天不吃维生素ABC，长久以往，不是

缺钙就是缺根筋。

2、是“嘴巴甜”——赞美客户，哪怕是最难赞美的客户。推销技巧

中用的赞美绝不是简单的“拍马屁”，赞美有四大原则：

第一：语调要热诚生动，不要像背书稿一样。

第二：一定要简要，白话，流利顺畅，要讲平常所说的话。

第三：要有创意，赞美别人赞美不到的地方。

第四：要溶入客户的公司和家庭。

3、是“腰要软”。

都说谦虚使人进步，成熟的稻穗都是弯着腰，越成功要越谦虚，越是要向别人学习。

技巧是没有先后没有主次的，关键是看你怎么运用，怎么用最合适的手段来处理最糟糕的事情。

如果把专业化推销流程细分的话，可以画成这样的一张图：无论是什么类型的销售，推销的流程总是一样的，但是并不是所有的推销流程都需要这几步，有些人就是不要你展示产品，有些人就

是不用你促成。流程只是一个一般的武术套路，克敌制胜也许需要你把套路来来回回地演练上好几遍，但也许只要那么一两招。完全消化购买点是很重要的，这是销售的基础。清楚自己的产品有什么特色，能拿什么去吸引人——这也就是所谓的产品的卖点。

纯熟的推销话术和动作——做推销，就是要象一个专业的演员

——拥有着纯熟的演技，一场推销就象是一场“秀”。

销售人员还要有一颗善解人意的心，所谓“入山看山势”就是这个道理。销售人员要做推销原则的化身——“忘我”和“无我”。不管你的客户要不要你的产品，你都要做你该做的推销的动作。拒绝是每个销售人员成长过程中几乎每天都要碰到的事情，但是，我们不能因为要遭受拒绝而不做推销的动作。客户的反应不外乎这三种：

1）神经病2）不说话3）太好了！

我们不指望每个客户都说“太好了！”同样，我们也不会碰到每个客户都说你是“神经病”。每个拜访的客户都是人民币，推销永远

都是大数法则，和你拜访的客户数成正比。

销售人员最要不得的两个字就是“怕”和“懒”，推销就是一场

YES 和NO的战争，一场做和不做的争斗。

出击再出击，一个销售人员惟有不断的向自己挑战，锲而不舍，才能获得成功。

客户是业务员最宝贵的财产，也是推销事业得以延续的命脉所在。

那么，客户究竟在哪里呢？

现在告诉大家一串字：

F：FAMILY（家庭）

I：INFLUENCE（影响力中心）

N：NEIGHBORHOOD（居住环境）

D：DIRECTLY（其他媒介）

S：SOCIETY（社团）

这几个英文单词的前一个字，合在一起就是FINDS（寻找）。客户开发有所谓的缘故法、介绍法和陌生法。缘故法就是自己的熟悉人。

缘故法的好处是因为都是熟悉的人，比较容易接近，也比较容易成功，但是缺点是得失心比较重。在中国这样的社会，向熟人推销还是一件比较丢面子的事情，但是销售人员应该明确，我们的产品是为他带来益处的，是为他解决问题而来的，而不是“杀熟”。当你热爱自己的产品，完全消化自己产品的购买点的时候，这点顾忌就会

烟消云散了。

介绍法是利用他人的影响力，或者是延续现有的客户，建立口碑效应。销售行业中有句名言“每个客户的背后，都隐藏着49个

客户”。

陌生法将会使你的市场变得无限大——任何人都是你的客户。但是，陌生法只能是以量取质的。没有被拒绝够以前，你就不会是一个优秀的销售人员。真正的TOP SALES，都来自于这种陌生拜访的不断地被拒绝又不断地再去拜访！

**第五篇：销售人员成功技巧**

积极的心态，迅速的行动，是Sales成功的关键。

销售活动极像体育比赛：参与者都在夺一个球，希望最先达到终点，都渴望成为最终的赢家。而赢家——冠军只有一个，比赛是残酷无情的。如果说技能是夺冠的基础，那么在势均力敌之下，无数体育明星夺冠的例子无疑昭示了一点：夺得冠军的最重要因素是心态。同样，销售心态，也是左右一个Sales成功与失败的关键因素。

大部分销售人员总是显得对销售技巧的提高特别有兴致。然而一个销售人员所产生的问题当中有80%是来自于自身心态的问题，纵使解决了销售技巧的欠缺也只是治标不治本的方法。要训练出一个王牌销售人员，最重要的是如何能够使他建立正确的销售心态，否则便是“皮之不存，毛将附焉”了。

常见的不良心态及对策

畏惧心态及对策

我曾为一家知名企业组建并培训整个销售团队。第一个礼拜请销售代表们开始电话约访客户，我们订下了每日的电话通数目标，挂起了排行榜，大家都兴致高昂的开始了电话销售之旅。结果到第三天时，热情骤然降温，每日电话通数开始下降，每个人都开始寻找理由少打电话。他们已经被客户拒绝所征服，甚至开始不愿意接电话！这就是销售初期最容易产生的一种畏惧心态。

毫无疑问，这是正常的心理反应。心理医生常常通过电击来纠正有心理疾患的患者，其需纠正行为被引发时，就会被电击，自然是不舒服的，于是形成条件反射，待该行为再度发生时，电击的感觉出现，于是行为被自觉终止了。当被客户拒绝时，我们遭遇了电击，我们会将之与我们的销售行为如电话拜访联系起来，多次重复这种感觉后，自然就会畏惧打电话、登门拜访。

调整畏惧心态的最佳策略是：每次当你受到“电击”后，立即将这种感觉关联到别的因素而非销售行为，并进行适当的“自我提示”。例如，被拒绝后，我会想：“这个人不是我的客户，我又节约了时间，赶紧寻找有需要的客户吧。”当然光靠“自我提示”也不能持久，毕竟不是所有人都像坐了27年牢还雄心不改的曼德拉一般意志坚强。我们还可以寻求积极的帮助。有些人销售能够成功，在于与之有共生关系的搭档存在。两个独立的销售人员，各自独立搏杀在商场，但是却相互支持，相互建议，相互鼓励。如果你能找到一位与你拥有同样志向的精神搭档，你的斗志会因此增加10倍。想想每当受到挫折的时候，都有一位朋友能用心照不宣的言语来给你打气，那种精神支持不同于父母，不同于爱人，是事业上的绝佳搭配。

自卑心态及对策

我见过一个销售代表，每次他拜访客户与之交谈的时候，总是情不自禁的在话语中干笑几声。还有的销售人员则不断的加上他们的口头禅，例如“比方说……那么……嗯”等等，有时10分钟下来，可能要说出100次来。为什么平时谈笑风生的销售代表，一旦与客户交谈起来，却变成这个模样呢？答案是另一种心态在作祟——自卑心态。

销售代表在客户面前过于谦卑是非常普遍的现象。他们常常这样想：如果我不对客户非常尊敬，如果我不每次都顺着客户的话来讲，如果我不跟客户谈他的兴趣爱好，客户就不会下订单。可是请记住关于销售职业的最大忠告：我们是来帮助客户解决问题的。所以我们要比客户更懂得如何来帮助他，因而更需要了解自己的产品或是服务是如何满足顾客的需求的。我们称之为顾问式销售策略。你何时见过自卑的顾问呢？

重拾信心是克服自卑心态的良方。信心来自何处？充分的准备！记得我大学一年级元旦晚会要表演相声。前一个礼拜的时候，我感到无比紧张，只要想像一下在几千人面前侃侃而谈，我的脚就发软。当我登台前十分钟最后一次彩排时，突然脑海一片空白，我简直要放弃了。然而结果却是我们赢得了不下30次的笑声和最后长时间掌声。原因何在？很简单，我只是重复了40多次，可以将台词倒背下来。同理，我相信拜访客户前充分的准备将奇迹般的给你信心，让你游刃有余，控制大局。

自满心态及对策

说来也怪，容易自满的两种类型的销售人员正好是两极分化。一是刚入职的新人，最容易犯的一个态度问题就是眼高手低，好高务远。不过这类自满心态是短暂的，一旦他们遭遇挫折，则很快转到了畏惧心态或是自卑心态。另一种则是小有所成的销售老人，满足于得手的销售成果，有时他们甚至会说：“哈哈，我今天碰到的客户真是笨，这么容易就得手了。”这种人最常见的结局就是经过一阵高峰后便开始走下坡路，最后则开始到处抱怨。

比起前两种不良心态，自满心态的改变更加困难。这涉及到自我认识的困难，当人处于困境时，内外压力很容易使之下定决心主动改变。而自满心态的形成，好比用冷水慢慢煮青蛙，到发现不对劲时，却无力跳出。故而，乘你现在还没有自以为是时，就赶紧做好下面几件事情：首先找个销售前辈作为你的追逐目标。一旦有了竞争的对象，你就不会掉入孤芳自赏的陷阱。接着在心里树起顾客是衣食父母的大旗，每次见客户前都暗自挥舞一番。就算被拒绝，你也当作没有能帮到他而感到遗憾。最后每当做成了生意，记得要奖励一下自己，但第二天就要告诫自己，苹果园里还有更多的果实等着你采摘。

销售人员如何用积极心态促成高业绩

我有一个好朋友，当过10多年台湾宝洁公司的王牌销售。他曾对我说，在他成为王牌销售的那几年，时常因为心态的调整而痛苦着。王牌销售都是如此，可见销售人员积极心态的调整，确是一件非常不容易的事。

幸好有前辈高手的总结，使我们能抄些近路，尽早抵达积极心态的花园。以下就是一些经验之谈：

认真反思

我记得曾有一位销售培训大师说，他不相信任何人可以被培养成顶尖业务，他承认自己有很多次培训失败的例子。如果你只是因为找不到工作的关系才来到销售的行列中，基本上销售只是你过渡时期的选择。在这样的状况下要求自己每天去面对自己，不断的调整，这种自我煎熬维持不了多久。因此如果你下定决心，从此拥有一个积极的销售心态，请先扪心自问：我是不是真的想干这行？如果答案肯定，请接着往下看。

明确目标以及酬劳

一位台湾宝洁公司的王牌销售朋友告诉我，最开始他的梦想是拥有一辆奔驰。这并非是可望不可及的理想。于是为了天天刺激自己，他在床头以及办公室的电脑屏幕边贴上一张奔驰车的照片，用来激励自己。对着他的奔驰车，他每天将自己的目标细化出来，逐个来对付它们。当然，最后他没有买奔驰车，却在加拿大买了一套豪华的别墅。

将你自己的梦想贴出来，形成强烈的视觉刺激，从而鼓励自己的信念，时刻提醒自己坚持就是胜利，这是高手们常用的策略。人的内在积极性如同激光的原理，需要反复频繁的刺激，才能激发出耀眼的光芒来。同时你别太在乎周围的人怎么想，当年韩国总统金大中在读书时，于床头贴上总统的标签，那时可没有人会相信这会成为现实。

立即行动，接受改变

销售人员的特征就是：立即行动。一旦你想改变自己的心态，变成一个充满活力、激情和热情的销售人员。你就要像给客户赶写方案一样，立即行动起来。微笑，开朗，主动，诚恳，热情，积极，付出，接受挑战，坚持，乐观等等，这些都是一个颠峰销售人员身上必须要具备的特质。如果你还没有全部具备，你就还有很多事情要做。当你遭遇到客户拒绝、遭遇到强大压力、遭遇到竞争失败的时候，别气馁，请记住奥格·曼狄诺在《世界上最伟大的推销员》一书中的名言——“只要决心成功，失败永远不会把我击垮！”

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！