# 销售十大步骤

来源：网络 作者：落梅无痕 更新时间：2025-08-04

*第一篇：销售十大步骤销售十大步骤一、准备1.机会只属于那些准备好的人2.一个准备得越充分的人，幸运的事降临到他头上的机会就越多3.为成功而准备（一）、身体锻炼身体是您工作中最重要的工作之一（二）、精神1.去拜访客户之前，复习我们产品的优点...*

**第一篇：销售十大步骤**

销售十大步骤

一、准备

1.机会只属于那些准备好的人

2.一个准备得越充分的人，幸运的事降临到他头上的机会就越多

3.为成功而准备

（一）、身体

锻炼身体是您工作中最重要的工作之一

（二）、精神

1.去拜访客户之前，复习我们产品的优点

2.自习同行业竞争对手产品的缺点

3.回忆最近拜访顾客的成功案例

4.聆想一下与客户见面的兴奋状态

（三）、专业

优秀的销售员是一个杂学家，上知天文、下知地理

要想成为赢家，必须先成为专家

对自己的产品了如指掌，对同行业竞争对手产品如数家珍 顶尖的销售人员象水：

1.什么样的容器都能进入

2.高温下变成气无处不在3.低温下化成冰坚硬无比

4.在《老子》73章中讲到“水善得万物而不争”“唯不争，故无尤”“不争即大争”

5.古人把女子比喻成水，水柔，以柔克刚，故男人征服天下，女人征服男人

6.水无定性，但有原则（涉及到公司利益、品牌、资料）

（四）、顾客

1．跟专业人士了解产品信息，购买熟人产品

2．顾客买产品是冲着老板的为人，做人成功

3．了解客户详细信息，对顾客了解越多，成效的机率越大

二、如何开发客户

（一）、准客户的必备条件

1．对我们的产品有需求

2．有购买力

3．有购买决策权

—— 一开始没有客户，不会开发，就要开发，会开发、会介绍，无需开发

（二）、谁是我的客户？

（三）、他们会在哪里出现？

（四）、我的客户什么时候会买？

（五）、为什么我的客户不买？

1.客户不了解2.客户不相信

（六）、谁跟我抢客户？

（七）、不良客户的七种特质：

1．凡事持否定态度，负面太多

2．很难向他展示产品或服务的价值

3．即使做成了那也是一桩小生意

4．没有后续的销售机会

5.没有产品见证或推荐的价值

6.他生意做得很不好

7.客户离你地点太远

（八）、黄金客户的七个特质：

1.对你的产品与服务有迫切需求（越紧急，对细节、价格要求越低）

2.与计划之间有没有成本效益关系

3.对你的产业、产品或服务持肯定态度

4.有给你大订单的可能

5.是影响力的核心

6.财务稳健、付款迅速

7.客户的办公室和他家离你不远

开发客户的步骤：

1.收集名单2.分类3.制定计划4.大量行动

三、如何建立依赖感

1.形象看起来像此行业的专家

2.要注意基本的商务礼仪

3.问话建立依赖感

4.聆听建立依赖感

5.身边的物件建立依赖感

6.使用顾客见证

7.使用名人见证

8.使用媒体见证

9.权威见证

10.一大堆名单见证

11.熟人顾客的见证

12.环境和气氛

四、了解顾客需求

Ｎ.现在Ｅ.满意Ａ.不满意Ｄ.决策者Ｓ.解决方案Ｆ.家庭

Ｍ.金钱

（套路——顾客对现在的很满意）

1.现在用什么？

2.很满意这个产品？——是

3.用了多久？——3年

4.以前用什么？——

5.你来公司多久了？

6.当时换产品你是否在场？

7.换用之前是否做过了解与研究？——肯定

8.换过之后是否为企业及个人产生很大的利益？——是

9.为什么同样的机会来临时不给自己一个机会呢？（最重要的问题，很有杀伤力）、介绍产品并塑价值

1.金钱是价值的交换

2.配合对方的需求价值观

3.一开始介绍最重要最大的好处

4.尽量让对方参与

5.产品可以带给他什么利益及快乐减少什么麻烦及痛苦

五、做竞争对手比较

1.不贬低竞争对手（65分）

2.三大优势与三大弱点（以我们的优势和对手的弱点做比较，同时了解对手）

3.ＵＳＰ独特卖点：

①.品种多、价位全，能同时满足不同用户的多样化需求

②.“神州“在无线行业有4年历史，品牌响，市场占有份额大

③.“深资源”阿里巴巴会员，诚信通指数三年，将近100

④.最早获得3Ｃ认证，中国联通入围产品

.事业.休闲ＯＲ

⑤.“神州1808”、“神州CP001-A”全国联保产品

⑥.全国各地均有代理商，中高端用户、ＯＥＭ商

六、解除顾客的反对意见

（一）、解除反对意见四种策略（选货才是买货人）

1.说比较容易还是问比较容易

2.讲道理比较容易还是讲故事比较容易（一个销售高手同时是一个讲故事高手）

3.西洋拳打法容易还是太极拳打法比较容易

4.反对他否定他比较容易，还是同意他配合他再说服他比较容易

（二）、两大忌

1.直接指出对方错误——没面子

2.发生争吵

——给顾客面子，我们要理子！

（三）、六大抗拒

1.价格（追求利益的最大化，永恒的矛盾体，以最低的价格买到最好的产品、最佳的服务）——不要首先报价格，是否适合顾客

2.功能表现

3.售后服务

4.竞争对手

5.资源支援

6.保证、保障

（四）、疑难杂症遍天下，可能有解或无解；有解就去找解答，无解就别去管它

太贵了：

1.在没有塑产品价值之前，永远不要谈价格

2.在没有建立依赖感之前，永远不要谈产品

3.价格是你唯一考虑的问题吗？（只占便宜，不买便宜）

4.太贵了是口头禅

5.了解价钱是衡量产品的一种方法

6.谈到钱的问题，是你我彼此都很关注的焦点，这最重要的部分留到后面再说，我们先来看看产品是否适合你

7.以高衬低法——找一个比自己贵很多的产品；才2500 好贵——好才贵

8.大数怕算法（故意报错，以高衬低）——高薪背后的利益分配，然后算到每天

9.富兰克林对比法——有无不花钱买东西；有无低价买东西后悔；我们不能提供最低的价格，却可以提供物有所值的商品；一张白纸的利弊对比；你觉得什么价格比较合适？——可以成交价（不要答应的太快，千万不要对你的朋友讲带几个朋友来）；勉强成交价（想尽办法磨价，能加一些加一些）；不可成交价

（吐血；你的理由是什么；再比较商品；差不多和差别；找差别，塑造价值

10.通过塑产品来源来塑价值——价钱和品质哪个重要？价格不等于成本，价格便宜和划算

11.以价钱贵为荣（奔驰原理）

12.是的，我们的价钱是很贵，但是成千上万的人在用，你想知道为什么吗？——社会认同原理

13.你有没有不花钱买过东西？有没有因为省钱，买了后回家使用后悔的经历，你同不同意一分钱一分货？我们没有办法给你最便宜的价钱，但是我们可以给你最满意的质量与服务！

14.为什么觉得太贵了？

15.你觉得什么价钱比较合适？

16.你说钱比较重要还是效果比较重要？

17.生产流程来之不易——价格不等于成本

18.你只在乎价钱的高低？

19.价格≠成本

20.感觉、觉得后来发现，我完全了解你的感觉，我们很多老客户第一次看到我们的价格也这样觉得，后来发现很值

七、成交

成效关键用语：签单（确认、批准）、购买（拥有，带回家）、花钱（投资）、提成佣金（老板会给些服务费）、合同合约协议书（书面文件，确认一下）、首期款、问题（挑战、关心、焦点、忧郁）假设成交法——

沉默成交法——谁先说话谁先死

1.成交前

①.信念

成交关健在于敢于成交

成交总在五次拒绝后

只有成交才能帮助顾客（不成交是他的损失，）

②.准备好 工具：收据、发票、计算机等

2.场合环境

3.成交关健在于成交

4.成交中：大胆成交、问成交（反正不会死）、递单、点头、微笑、闭嘴

5.成交后：恭喜、转介绍、转换话题、走人

八、转介绍

1.确认产品好处

2.要求同等级客户

3.转介绍要求一至三人

4.了解背景

5.要求电话号码，当场打电话，在电话中肯定赞美对方，约时间地点

6.不成交同样要求转介绍

九、顾客服务——观念

“我是一个提供服务的人！“你做的不好，你的竞争对手乐意作好）

“我提供服务的品质，跟我生命品质、个人成就成正比！”

“假如我不好好的关心顾客、服务顾客，竞争对手乐意代劳！”

“我今天的收获，是我过去付出的结果，假如我想增加明天的收获，就要增加今天的付出！” 让顾客感动的三种服务：

1.主动帮助顾客拓展事业

2.诚恳地关心照顾及他的家人

3.做跟你卖的产品没有关系的服务

4.顾客服务的三种层次

①.份内服务（还可以）

②.边缘服务（可做可不做；不错）

③.与销售无关的服务（物超所值）

**第二篇：销售十大步骤分享一**

营销涵盖

八个方面：销售、说服、行销、客户服务、领导力、谈判、演讲、理财

销售成交十大步骤：

一、准备

做任何事都有基本步骤，比方说做红烧肉：不知道先放盐还是酱油，而且不同的人做了，也会产生不一样的味道。

要成交一笔生意，一个最基本的基本功，有十个步骤。

没有准备，就是在准备失败；没有计划，就是在计划倒闭。

为什么有那么多人成功，有很多人却依然那么辛苦，就是因为他遇到各种情况，他不知所措，所以说计划都是在计划成功，没有人计划失败，而造成失败的原因就是他没有计划。

那么销售之前到底要准备什么？成交之前到底要准备什么？

告诉大家第一样要准备的东西，就是要对结果做出准备。什么叫对结果做出准备呢？

第一，你要问自己，与他谈话我要的结果是什么？你头脑里很清楚你要的是什么结果之后

第二，你要问自己，对方要的结果是什么？毕竟你不能让别人觉得，一切只是为了你自己，你要让别人觉得，只要按你讲的话去做能得到他要的结果，他照他自己的意愿去行动了，而也刚好得到你要的结果，这叫双赢式的沟通，双赢式的销售。

好了，比方讲，一旦知道了你要以多少钱成交，多少产品，什么优惠卖给他，这是你最理想的结果准备好了。你再想想，对方是要成绩提升还是要便宜，是要服务还是要配套产品

第三，你要问自己，我的底线是什么？比方说今天你卖十万块的产品给他，哎呀，他说，太贵了，太贵了，我实在买不起，我最多只能买两万块，所以你看你没有达成十万块的交易。

好了，如果你的底线是十万块，那么今天你跟他谈一百万的生意。退而求其次……那么他会说，哦，那今天我们谈十万块的生意好了。

第四，你要问自己，可能会有什么抗拒？

考虑考虑，没有决策权，提前预测好，最好的解决抗拒的方法并不是等对方问出来了，你再去解决它，你预测别人会用左勾拳还是右勾拳，你事先在那个地方已经设下了阻挡的公式了，你已经布下天罗地网了，你事先知道顾客要犯病了，你要给他打预防针，你知道顾客嫌贵，你就不要等顾客说贵你再说不贵，你要说，顾客先生我们的产品最大的优点，就是它价格非常贵，因为最贵的是最好的，最好的通常也是最便宜的，你说是不是呢，他如果说是，等一下你就不需要再去解决价格的问题了。

第五，如何解除抗拒

如何解除抗拒如果想好了之后，你要问自己第六

第六，我该如何成交

怎么签订单，怎么收钱，怎么刷卡，怎么开发票，怎么跟他握手成交，这些全部都要准备好 高尔夫球球手，一般在出手之前，考虑的是一杆进洞的画面，然后击球，他的球总是能接近洞口 以上是结果上的准备……

接下来就是精神上的准备

第一，我是开发新客户的专家

第二，我是产品介绍的高手

第三，我可以解决顾客任何的抗拒点

第四，我可以提供给客户世界上最完美的服务

第五，每一个客户都很乐意购买我的产品

第六，我可以成交给任何人任何产品在任何时候！！

**第三篇：陈安之销售的十大步骤**

陈安之销售的十大步骤

作者：陈安之

我觉得一个人成功，最后最后的关键，除了那些知识、行动、坚持到底之外，其实就是要做好一个服务。那服务就是要超越顾客的期望。

现在我们要开始的演习是“善于销售”。推销就是要交朋友。业绩好的人就是他朋友多；业绩不好的人就是他朋友不够多，因为朋友会跟朋友购买产品。当你下定决心，不管任何人说不，只要你的企图心旺盛，只要你知道如何销售你自己，行销你自己，任何事情都是有可能的！现在，我们来学习说服（销售）的十大步骤：

1、第一步骤：充分的准备

充分的准备包括四个方面的准备，首先是体力的准备。要想让自己体力好，就必须做一些体力上的训练。以我十几年来研究成功学的经验，总结出了一些行之有效的方法（见《自己就是一座宝藏》），现在介绍几个给大家。

一个是每天做一四二深呼吸，早、中、晚各10次，共30次；二是永远只吃七、八分饱；三是吃水果在饭前吃，不要在饭后吃；四是做运动要做有氧运动，比如散步、游泳、慢跑、骑自行车等。

第二是专业知识的准备。你必须对你的产品有非常足够的了解。第三是对顾客了解的准备。你必须非常了解你的顾客，了解他的兴趣、爱好，这样便于沟通，便于投其所好。第四是精神上的准备。在处理重要的事情之前，先静坐5分钟。

2、第二步骤：使自己的情绪达到巅峰状态

要想使自己达到巅峰状态，必须先让自己的肢体达到巅峰状态，因为动作创造情绪。同时对自己反复地做自我确认：我是最棒的！我是最优秀的！我是最好的！我喜欢我自己！我一定能成功！

3、第三步骤：建立顾客信赖感

建立顾客的信赖感，首先是透过自己的形象！也就是——为成功而穿着！为什么这么说呢？因为一个人的第一印象非常非常地重要！一旦他第一印象建立好了，那就成功了一半了。而第一印象就是通过你的形象表现的，所以一定一定要注重自己的穿着、举止、气质。第二要学会倾听。永远站着或坐在顾客的左边，保持适度的距离，保持适度的目光接触，倾听不要打岔，不要发出声音，同时微笑点头即可。还要做好记录。顾客讲完后，要重复一次做确认。不要想即将说的话，要听出他真正的意思，用关心的角度跟他沟通。

第三要模仿对方的谈话。模仿对方的文字、声音和肢体语言，与对方相似，引起共鸣。在模

仿肢体语言的时候，要模仿对方的表情和语气，注意千万不要同步模仿。

第四是要使用顾客见证。顾客说一句话顶你一万句，每个推销员至少带5个顾客见证。

4、第四步骤：了解顾客的问题、需求和渴望

了解顾客先从聊天开始，聊天就是做生意。首先前20分钟要聊FORM，F代表家庭；O代表事业；R代表休闲；M代表财务。其次聊购买的价值观。所有的销售都是价值观的销售，彻底了解顾客的价值观。第三就是问问题。问NEADS，N代表现在；E代表满足；A代表更改；D代表决策；S代表解决方案。

5、第五步骤：提出解决方案并塑造产品的价值

针对顾客的问题、需求和渴望，提出解决方案，同时塑造自己产品的价值，塑产品价值的方法：首先给他痛苦，然后再扩大伤口，最后再给解药。

一个人还未改变，是因为痛苦不够。一个人还未挣大钱，是因为痛苦不够，一个人还未成功，是因为痛苦不够。

6、第六步骤：做竞争对手的分析

货比三家绝对不吃亏。但不可批评竞争对手，如何比较呢？首先，点出产品的三大特色；第二，举出最大的优点；第三，举出对手最弱的缺点；第四，跟价格贵的产品做比较。做竞争对手分析，一定要找到顾客购买的关键按钮，即对顾客最重要的价值观。

7、第七步骤：解除反对意见

反对意见应在顾客讲出来之前解除。我们预先框视。顾客任何反对意见一般不超过6个，假如这6条反对意见预先框视，则极易成交。所有的抗拒点，都通过“发问”解决。

8、第八步骤：成交

成交的话，在这里我介绍六种成交法。第一个是作测试性成交；第二个是假设成交：你不卖，但假如有一天你会买，会是什么情况？然后了解顾客的真实购买原因。第三个是二选一成交；第四个是使用对比原理成交法：从高价开始，然后往下拉。第五个是心脏病成交法；第六个是和尚成交法。

9、第九步骤：要求顾客转介绍

首先给你价值，令你满意。然后问你周围的人有没有一、二个朋友也需要这样的价值。他们是否与你有一样的品质，本身也喜欢这样的服务产品？请他写出他们的名字好吗？问他们：你可以立刻打电话给他们吗？OK！（当场打电话）最后赞美新顾客（借推荐人之口）确认对方的需求，预约拜访时间。

10、第十步骤：做好顾客服务

服务包括售前服务和售后服务。做服务要让顾客成为忠诚的顾客，而不仅仅是满意的顾客，因为满意不等于忠诚。售前服务包括四个步骤：

1、写感谢信，先道歉，深感遗憾，希望有机会继续为您们服务；

2、（一个月后或半个月后）寄资料给对方；

3、再寄资料；

4、持续半年、一年、二年、十年。

做售后服务，应做跟产品无关的服务（在产品相关的服务的基础上）。服务的诀窍：唯一的诀窍：定时回访。李嘉诚说：上门找顾客累，顾客上门来才轻松。当顾客有抱怨时，要做额外的补偿，会抱怨的顾客。绝对不能损失顾客。只要顾客不理不睬，就继续道歉。这样既使不成交，至少不传播“恶言”。

**第四篇：完美销售的十大步骤**

完美销售的十大步骤

步骤之一：事先的准备

①专业知识，复习产品的优点。

②感恩的心态（感谢发明并制作产品的人）。

③一个有说服力的人，会影响许多人的一生。

④你必须想象你的产品有这么大的伟大的价值——远远物超所值。

⑤列出公司伟大的1-10个理由，你以公司为荣，以产品为荣，顾客不买是他的损失。（一定要让顾客看的，听的，感觉的，并且知道这一点）。

⑥给自己做一个梦想版——每个人的梦想版，列在墙上！

⑦精神状态的准备。静坐15分钟，排除负面能量，负面能量是自动来的。一心向善——自我放松——听激励性的磁带。

步骤之二：让自己的情绪达到巅峰状态

①大幅改变肢体状态，动作创造情绪。

②人生最大的弱点是没有激情。

③起飞前必须将自己的排档推到极限！

④行动力来自于活力，活力来自于活动，增加活力的方法：深呼吸，早餐要少吃（吃得越多越累）。吃得少活得老，永远只吃七八分饱。

\*食物会影响人体的磁场。素食带来耐力——牛马。肉食带来爆发力——虎、狼。多喝果汁：西瓜汁、橙汁、罗卜芹菜汁，水果宜空腹吃。

步骤之三：与顾客建立信赖感

①通过第三者来分享，至少有第三者的见证。

文字占7%，声音占38%，肢体语言占55%。

沟通中的人物分类：

①视觉性（讲话特别快）②听觉性③触觉性。

握手——沟通的重要方式：对方怎么握，但已就怎么握。

服装形象：与顾客的环境相吻合。

步骤之四：了解顾客的问题、需求

渴望：

①现在的②喜欢、快乐③更换、更改、改变„„④决策人是谁„„⑤解决方案（是不是唯一的决策者）

当与顾客初次见面时，一开始先说①家庭②事业③休闲④财务状况

推销中的提问：很详细询问：

①你对产品的各项需求

②你的各项要求中最重要的一项是什么？第二项、第三项呢？（因此得出顾客的“购买价值观”！）此为“测试成交”。

关键是彻底了解顾客的价值观，然后再正确的提出解决方案。

步骤之五：提出解决方案并塑造产品的价值

（钱是价值的交换）

顾客购买，因为对他有价值。

不买是因为觉得价值不够。先了解顾客的人生价值观，看什么对他（她）最重要。

你认为什么对自己一生最重要：①②③

一生中最恐惧是什么？①②③（列出哪项最重要）

然后，告诉他如果有一项服务（产品）能满足你的上述价值观，那你会购买它吗？

顾客购买的是价值观，先告诉顾客“痛苦”：

①过去的痛苦（损失）②现在的快乐③未来更快乐

推销就是用一把刀捅过顾客的心脏血滴出来，再告诉对方你有种药，如此，顾客会追着你跑。

一个人还未改变，是因为痛苦不够。一个人还未挣大钱，是因为痛苦不够，一个人还未成功，是因为痛苦不够。

步骤之六：做竞争对手的分析

不可批评竞争对手，如何比较呢？①点出产品的特色②举出最大的优点③举出对手最弱的缺点④跟价格贵的产品做比较。

步骤之七：解除反对意见

①预先框视，未等顾客提出反对意见之前（如价太贵），就加以“解除”（一流的产品才会卖一流的价格，也只有一流的人会买）。

一般顾客的反对意见不会超过6个，所以预先列出如：A时间B钱C有效D决策人（成功者自己决定）。E不了解F不需要

②三种苹果：红、青、烂，销售冠军选好的顾客，不选“烂”。

③所有的抗拒点，都通过“发问”解决。

步骤之八：成交

①“冒险”成交法

③售后服务确认成交法

③二选一成交法

④确认单签名成交法（预先设计完整的“确认单”）

⑤沉默成交法（对方不谈话，自己闭嘴让对方签字为止，先开口者死）。

⑥对比原理成交法（先提出最贵的产品，再抛出低价的产品）

⑦回马枪成交法（辞别时，请教顾客自己何处讲得不好，然后返回重讲），（最可恨的抗拒是未讲出的抗拒）。

⑧假设成交法：你不卖，但假如有一天你会买，会是什么情况？然后了解顾客的真实购买原因。

步骤之九：请顾客转介绍

①给你价值，令你满意

②你周围的人有没有一、二个朋友也需要这样的价值

③他们是否与你有一样的品质，本身也喜欢这样的服务产品？

④请写出他们的名字好吗？

⑤你可以立刻打电话给他们吗？OK！（当场打电话）

⑥赞美新顾客（借推荐人之口）

⑦确认对方的需求

⑧预约拜访时间。

步骤之十：售后服务

做售后服务，不如做售前服务。

①写感谢信，先道歉，深感遗憾，希望有机会继续为您们服务。

②（一个月后或半个月后）寄资料给对方。

③再寄资料。

④持续半年、一年、二年、十年。

⑤做售后服务，应做跟产品无关的服务（在产品相关的服务的基础上）。

服务的诀窍：唯一的诀窍：定时回访。

①立刻建客户的档案，立刻记下客户的资料。②立刻记下顾客的任何需求，并立刻尽力满足他。③让顾客感动。④感谢带来忠诚度。守信给客户：表示发自内心的感谢、终生的感谢。寄资料给客户，寄书报给客户，亲笔写、亲笔签名。

与顾客亲善活动的技巧之一：为每位客户设计一个信纸（标志、广告语、标准色、名言、感谢语），寄给客户的每位关系人。

李嘉诚说：上门找顾客累，顾客上门来才轻松。

当顾客有抱怨时，要做额外的补偿，会抱怨的顾客。

绝对不能损失顾客。（只要顾客不理不睬，就继续道歉。这样既使不成交，至少不传播“恶言”)。

②透过倾听。80%的时间应由顾客讲话。

③推销是用问的。

④问的原则：先问简单、容易回答的问题。——要问“是”的问题——要从小“事”开始发问——问约束性的问题。——顾客可谈的答案——尽量不要可能回答“否”的问题。（如果顾客表示对产品不了解，没关系，继续问别的问题——直接问顾客的问题、需求、渴望）。\*扑克牌的游戏：提问的艺术和练习。

⑤永远坐在顾客的左边——适度地看着他——保持适度的提问方式——做记录。不要发出声音（倾听对方的表情）。——不要插嘴，认真听。——等全部讲完之后，复述一遍给对方听。

⑥信赖感源自

自于相互喜欢对方。顾客喜欢跟他一样的人，或喜欢他希望见到的人。

⑦沟通的三大要素：（在沟通要素上，与顾客保持一致）

A、文字B、声调语气C、肢体语言。

为了沟通好，就必须在文字、声调、语气、肢体语言上，与对方相似或引起共鸣。

**第五篇：完美销售的十大步骤**

完美推销的十大步骤

一、充分的准备

二、情绪达到颠峰状态 •

三、建立信赖感，建立亲和力 •

四、了解顾客的问题、需求、及渴望 •

五、塑造产品价值

六、做竞争对手的分析 •

七、解除抗拒点

八、成交

九、要求顾客转介绍

十、售后服务

销售就是卖——卖的艺术。

销售就是信心的传递，情绪的转移。销售：态度决定成败

在销售的过程中，谁是最大的障碍？

谁能够决定销售交易的成功与否？

就是你每天在镜中看见的那人—你自己！

首先要改变、发展和提高的不是你的知

识、技巧和技术，而是你的销售态度。

在你销售任何东西之前，你都必须先试试向你自己销售一下，为什么呢？

因为客户在购买你的产品或者接受你的观点之前，先受到了你的影响。你的态度直接影响了客户对你商品的信任度。

这种态度就是指把你自身的积极因素进行发展、维护及提高。相信自己有潜在的能力可以获得更大的成功。

除了这些，你还要热爱你所从事的事业

如果你不热爱你所从事的职业，如果你不喜欢销售这个工作，你想要销售成功的话，就会有困难，这很奇怪，但是是真的，生活就象一面镜子，你所做的就是你认为你所能做的。

你相信自己能够在销售上取得巨大的成功吗？

其实，许许多多的销售人员在没有开始销售商品之前就已经失败了，她们不是销售产品，而是找出人们不愿购买产品的理由。如果你认为自己会失败，那么你就已经失败了，如果你认为你会成功，那么你就还有机会。

你在销售的时候必须很有自信

除了相信自己会成功以外，你还必须努力发掘自己的潜在天赋，还有就是你在销售的时候必须很有自信，如果你希望成为最顶尖的销售人员，你就必须现在就下决心对销售这个职业有一种自豪感，你不仅要相信销售的重要性，而且还要自己把它当作是一种最重要最优秀的职业。

销售模式：

建立信赖感

了解需求

介绍产品

成交

信赖感来自于哪里？

亲和力的建立：

微笑：是世界上最便宜也是最有效的名片。赞美：是沟通里非常重要的一种方式。把对方当成老朋友。

人的类型：视觉型、听觉型、触觉型。倾听：绝对是一种最有魅力的沟通方式。投其所好：认同、共鸣、共同点。

通过提问，创造需求

发问技巧：引导顾客，让顾客主动进入你设的圈套。外在的需求：形象、皮肤。内在的需求：心灵、情绪。休闲的需求：享受、放松。

销售话术组合（塑造产品的附加值）销售=贩卖信赖+话术组合5W话术组合：

建议什么？

为什么建议？

它有何不同或特别？

建议细节？

有何利益？

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！