

<<你所不知道的销售密码>>

图书基本信息

书名：<<你所不知道的销售密码>>

13位ISBN编号：9787115179821

10位ISBN编号：7115179824

出版时间：2008-7

出版单位：人民邮电出版社

作者：杰哈德·葛史汪德纳

页数：215

译者：姜鹤

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<你所不知道的销售密码>>

内容概要

尽管大多数销售人员能够正确地陈述，但是往往由于弄巧成拙的体态语而错失交易的良机，那些知识和见解看似不如他们的人却能够赢取更多的订单。

实践证明，人类的情感和态度相互沟通的方式比内容要重要得多，也就是说体态语沟通最有效。

解读客户的体态语并对之做出正确的反应是一种事半功倍的销售技巧。

本书将为你展示如何运用体态语沟通技巧与专业销售技能相结合，来提升销售业绩。

书中所提供的百余张图片将为你展示大多数销售情境下最重要的体态语表达方式，以及这些体态语相对于你的销售策略所具有的含义。

本书适合专业销售人员、销售培训人员等阅读。

<<你所不知道的销售密码>>

作者简介

杰哈德·葛史汪德纳（GerhardGschwandtner），美国著名营销学专家，具有三十多年的国际销售和市场营销工作经验。

世界著名销售杂志《销售力》（SellingPower）的创始人兼出版商。

该杂志为销售领域的领袖刊物，行销全球67个国家。

20世纪70年代，杰哈德作为独立的销售培训顾问，创办听觉与视觉培训课程，向《财富》杂志500强公司的销售经理们传授销售方面的体态语沟通和专业销售技巧。

如今，杰哈德已成为美国销售与销售管理方面的领军人物，在网上开辟专栏为SAP这样的大公司提供咨询服务。

最近。

他的公司专门成立一个会议管理部门，组织和实施高级销售会议，只有那些具有巨额销售业绩和大规模销售团队的公司才有资格参加。

<<你所不知道的销售密码>>

书籍目录

第一部分 解读体态语第一章 体态语沟通最重要1.1 增强体态语销售力的三个阶段1.2 眼见为实1.3 失败与成功的范例1.4 体态语——销售骗局或销售策略？
1.5 体态语并非新鲜事物1.6 姿势的连续性与一致性1.7 销售中的8类体态语1.7.1 第一类：支配、优越、权力1.7.2 第二类：顺从、忧虑、不安1.7.3 第三类：意见不合、愤怒、怀疑1.7.4 第四类：厌烦、没兴趣1.7.5 第五类：怀疑、隐匿、不诚实1.7.6 第六类：半信半疑、举棋不定、拖延时间1.7.7 第七类：评估1.7.8 第八类：自信、诚实、合作1.8 学习体态语的副作用1.9 内容预告第二章 体态语沟通的5种途径2.1 每种途径应该了解什么2.2 途径1：身体角度2.3 途径2：面部2.4 途径3：双臂2.5 途径4：双手2.6 途径5：双腿2.7 一连串的姿势提供线索2.8 办公桌隐藏大量信号2.9 保持安全距离2.10 总结第三章 解读客户的3个“交通信号灯”3.1 绿灯信号3.2 黄灯信号3.3 红灯信号3.4 如何处理绿灯、黄灯与红灯信号3.5 警惕自信过头3.6 绿灯信号：选择积极的反应3.7 黄灯信号：识别客户发出的警告3.8 重新获得客户信任3.9 学会恰当地反应3.9.1 练习1：自动反应3.9.2 练习2：销售人员的消极反应3.9.3 练习3：你的积极反应3.10 效果由内及外3.11 自动发送绿灯信号3.12 体态语销售力概述第四章 学会控制声调4.1 证明你自己4.2 扮演优秀的销售人员4.3 成分1：插入语与声响4.4 成分2：语速4.5 成分3：音量4.6 成分4：语调4.7 成分5：重音4.8 重新进行自我测试第二部分 运用体态语第五章 预备越充分越自信5.1 销售时不要紧张5.2 创造性的形象5.3 真诚的微笑5.4 留下好印象5.5 为“不同的”客户做“不同的”准备5.5.1 “不同的”财富与教育背景5.5.2 “不同的”民族与文化背景5.5.3 “不同的”性别5.5.4 “不同的”年龄5.6 人们喜欢像他们自己的人5.7 简单有效抗拖延5.8 你自己怎么感受客户就怎么看你第六章 开放型销售拜访6.1 站立时要表达出自信6.2 友好的握手6.3 选择座位6.4 立即表明你拜访的目的6.5 一再打消顾客的忧虑6.6 封闭型销售访问案例6.7 汤姆洽谈之修正版6.8 开放型销售拜访的基本要点第七章 新6条找出客户真正的需求7.1 封闭式问题对比开放式问题7.2 三步找出买家的动机7.2.1 第一步——探究普遍性的购买动机7.2.2 第二步——将聚焦范围缩小7.2.3 第三步——探查经历7.3 与客户的语言相配7.4 你的基本倾听姿势7.5 传达你的理解7.6 提高倾听技巧7.6.1 第一步7.6.2 第二步7.7 一个失败的需求分析7.8 与琼洽谈之修正版7.9 找出客户需求的基本要点第八章 最好的销售陈述8.1 将你的销售陈述定制化8.2 介绍产品为客户带来的利益8.3 使用具有说服力的目光交流8.4 使用积极性停顿8.5 保持对宣传材料的控制权8.6 提出开放式问题8.7 坚持吸引客户的注意8.8 面对一小群客户时应加大销售陈述的力度8.9 成交的技巧8.10 销售陈述的失败案例8.11 与简会谈之修正版8.12 有说服力的销售陈述的基本要点第九章 化解10种客户拒绝9.1 戏弄性的拒绝9.2 拖延9.2.1 第一种：被动型拖延9.2.2 第二类：主动型拖延9.3 价格拒绝9.4 缺乏资金的拒绝9.5 误解9.6 产品问题9.7 公司问题9.8 自身问题9.9 意想不到的客户公司内部变更9.10 回应拒绝的失败案例9.11 与杰克洽谈之修正版9.12 处理拒绝的基本要点第十章 自信成交12法10.1 体态语销售策略10.2 视觉成交、听觉成交和动作成交10.2.1 视觉成交10.2.2 听觉成交10.2.3 动作成交10.3 成交案例10.4 成交的基本要点第十一章 总结参考目录

<<你所不知道的销售密码>>

章节摘录

第一章 体态语沟通最重要 在一次时间为30分钟的销售拜访过程中，买卖双方的体态语沟通信息将近800条。

回想一下你上一次与客户见面的情景，你是否能够回忆起他的基本坐姿？

他的身体是前倾还是后仰？

你也许看见他在微笑，但是你有没有注意到他是否同时交叉双臂与双腿呢？

大多数销售人员都将注意力集中在口头表达上，其中有些人会听语调，即说话的方式；而注意到体态语的销售人员又几乎只关注面部表情。

显而易见，哪一方面都不可被忽视。

言语、说话方式以及面部表情都向销售方透露一些信息，销售人员可根据这些信息判断交谈的进展情况。

阿尔伯特·米哈比安博士是体态语沟通领域的知名研究者，他发现我们的情感与态度交流只有7%是通过言语来进行的，38%的部分通过语调来实现，而体态语表达则占了55%的比重。

这些数字让人感到出乎意料。

而这不过是以下图片的部分内容而已。

正如图1—1所显示的，我们控制最多以及理解最好的交流途径，其影响力却最弱；反之，我们控制及理解最少的交流方式，却有着最强大的影响力。

“影响力”意味着交流方式对销售结果的重要程度。

以下范例将向你展示体态语对成功的销售来说到底有多重要。

销售员汤姆面带微笑地走进客户办公室，与客户握手，然后就坐。

他做完介绍，询问订单情况，遭到拒绝，然后离开。

从以上的描述中，你无法判断汤姆销售失败的原因。

即使你详细读完汤姆与客户的对话记录后，你可能也看不出个所以然来。

如果我们给你看看有关体态语的录像带，汤姆失败的原因就会变得一目了然。

录像画面如下：汤姆步履缓慢地走进办公室，显得疲惫而紧张。

握手时，手伸出去没有力度，而且公文包还挡在身体前面。

他的客户双臂分开，仍然站在办公桌另一边，只是象征性地握了一下手，言外之意就是让汤姆坐在办公桌对面。

汤姆对自己的业务介绍得非常清楚，但是他感觉到客户不太接受，因此他垂下眼睑，低头看着自己的双手与宣传册，避免与客户进行眼神交流。

在汤姆介绍业务的时候，客户变得越来越烦躁不安。

他不时摆弄着桌上的镇纸器，然后身体靠后，双手握拳，交叉双臂，然后交叉双腿，身体偏离汤姆的方向。

汤姆最后抬眼看他的客户，发现客户脸上显露的是僵硬的微笑。

汤姆对事情的进展没有把握，便问及订单的情况。

客户叹了口气，表示他的公司目前还不准备进行这么大宗的购买交易。

他起身，伸出手，然后走到门边。

在这次销售拜访过程中，汤姆与客户之间的体态语沟通信息还有几百条。

每一条信息都是根据对方信号所做出的反应，折射出对方的消极信息，结论就是整个拜访都是在浪费时间而已。

这些内容都千真万确，但方式却不止这一种。

汤姆本应该控制好自己的体态语，只要设计好自己的体态语以及谈话内容，他其实就可以影响客户的行为。

1.1 增强体态语销售力的三个阶段 读懂潜在客户的体态语并非掌握体态语沟通技巧的唯一目标。

学习金字塔（见图1.2）说明销售人员在精通口头及体态语销售之前，还需要经历意识与技巧的三个独

<<你所不知道的销售密码>>

立阶段。

第一阶段：买方意识，包括学习5个主要的体态语沟通途径以及如何诠释买方的体态语。

第二章对这几种交流途径进行了详细描述。

基本上来讲，这些途径代表一种速记系统，对买方的一系列姿势进行审视。

不要只是去发现客户感觉无聊、自我保护或愤怒等情绪的特定动作或姿势，来自5种体态语沟通途径的任何一组姿势都可归为3种信号中的一种。

“绿灯信号”是指买方对你的销售陈述表示接受；“黄灯信号”表明你的策略遭遇障碍，提醒你要谨慎行事，而且必须要在进一步销售之前发现潜在障碍；“红灯信号”警告你要适可而止，并重新确定销售方案。

第三章对该交通信号灯模式进行充分诠释，让你对买方的了解更加全面。

但是，只有在接下来的两个阶段，你才能学习掌握自己的体态语沟通模式或提高自己的销售力。

第二阶段：自我意识。

自我意识非常重要，你自己的体态语是成就一桩交易的关键所在。

不妨问问自己：“什么样的交流方式才能提高口头销售技巧的影响力呢？”

我如何才能让买主理解自己呢？

我如何才能在拜访过程中避免弄巧成拙的体态语呢？

”这一阶段需要角色扮演与练习，同伴具有建设性的评论与销售情景模拟录像可以让你看到自己在表达时的样子与行为。

一旦你理解自己的体态语，以及你与客户交流时使用体态语的方式，你就可以进入下一个阶段了。

第三阶段：自我与买方支配是每次拜访所使用的体态语的最终目标。

在到达这一阶段之前，你需要加强连续使用体态语沟通技巧与专业销售技巧的能力。

也就是说，将新的技巧与原有的口头销售技巧相结合。

连续的角色扮演以及对买方与自己的观察会让你获得以下能力：及早发现销售过程中出现的消极体态语。

对买方的体态语迅速准确地做出反应。

在处理自己的体态语表达时，提高你的“流畅程度”。

提高口头技巧与体态语技巧相结合的能力。

体态语反映人们的真实感受，因为人们往往对自己的姿势并无意识。

从外表上你就可以看出客户到底是不太确定，还是需要更多信息，希望提出问题，或表示强烈反对——这些其实都一目了然。

而你的反应也是如此，你可能会通过类似姿势折射出他们的情绪，或者针对某个异议做出一个自我保护的姿势。

如果他们提出一个问题，而你对答案尚不确定，那么这种不确定会通过你的身体传递给对方。

一旦你对买方和自己都有所意识，你就可以通过支配自己与客户的体态语来有效地利用体态语销售力。

如何做到这一点呢？

对客户信息做出积极反应，而不是本能反应。

在口头与体态语表达上都应表现得友善、积极、可靠且具有理解力。

通过悄无声息地利用55%的信息，来实现100%的沟通效果。

1.2 眼见为实 如果你对体态语沟通的重要性仍心存怀疑，不妨尝试以下练习。

观察以下每张照片，并给销售人员打分，打分标准为差、中等及优秀。

然后给出你评分的三个理由。

从第一张照片中我们可以看出，这位销售人员在充当一名被动的倾听者。

他的体态语证明了这一点：身体后倾、双手扣笼、双脚平放在地面上并且双腿距离较近，以及坐在椅子靠后的位置。

他表情漠然——根本看不到一点儿热情！

但至少他没有传递任何消极信号，客户最多也只会给他一个平均分。

<<你所不知道的销售密码>>

在第二张照片中，销售人员的姿势看起来非常不舒服。他的双臂和双腿交叉，处于一种自我保护的状态。另外，他的双腿与身体偏离客户方向（有可能面对门的方向）。他的表情也流露出对抗意味。在离开之前，他无法顺利做完业务介绍。

第三张照片显示了这位销售人员的姿势是主动积极的。他身体前倾，双手打开，有着良好的眼神交流，给人的印象是友善、专注。他的双腿分开，双脚平放在地板上，这表明合作与稳定的心态。这位销售人员有达成交易的可能性。

评分对你来说可能并不困难。但你是否能够将评分原因全都写出来？也许你会认为销售人员是因客户的消极行为才做出那样的反应，所以对是否给打低分犹豫不决。这就引出了一个重要的观点，销售人员最糟糕的行为就是模仿买方的消极信号，或者就是不以积极有效的体态语做出反应。

失败的体态语=没有眼神交流；坐立不安、紧张、自我保护或抵触情绪；姿势不雅。客户会将这些体态语解读为恐惧、虚弱或不满。

成功的体态语=良好的眼神交流；姿势坚定、放松、挺直；手势不拘谨，面向买方。这些信号给人的印象是力量、自信与满意。

1.3 失败与成功的范例 当丹·拉瑟替代沃尔特·克朗凯成为CBS晚间新闻主持人的时候，成功似乎无可避免。

对于这个新职位，拉瑟具有毫无瑕疵的记录（5次艾美奖获得者以及是广播史上被评为最优秀白宫记者的唯一人选）和一张天生为电视而生的面庞。

然而，CBS的收视率在克朗凯离开之后却开始下降，最后长期滞留在第三和最后一名的位置上。

就拉瑟与克朗凯在观众心目中的印象，有机构对观众进行了民意调查。

为了防止观众提供意想不到的答案，民调要求观众从以下清单中挑选形容词：

冷淡的	僵硬的
硬性推销	咄咄逼人的
自我为导向的	需要关注
工作狂	优越
紧张	热情的
灵活的	说服力推销
和解的	他人为导向的
需要隐私	生活协调
平等	

大多数人形容拉瑟的词汇都来自左栏，而都选择右栏里的词汇来描述克朗凯。

问题是，拉瑟的失败就在于其在新岗位上所采取的体态语。

作为一名富有闯劲的记者，他的角色需要坚定，需要一种紧迫感与紧张感；但是身为一名主持人，他需要传达友善与放松的态度。

于是拉瑟开始重塑自己的体态语形象，收到非常成功的效果。

他的变化包括以下几个方面：1.身体动作。

他以前有些爱左右移动身体，这传递了一种不安全感或不确定的信号，而且他的姿势通常都比较拘谨，这使他看起来比较僵硬和紧张。

后来改变为：他的身体更多呈现的是前后移动，这暗示着力量 and 精神的自由。

2.面部表情。

他以前的表情看上去比较呆板，而且总是以严肃或僵硬的表情结束新闻播报。

通过CBS的一些训练之后，拉瑟的面部表情开始生动起来，较以前更加丰富，而且经常微笑。

3.眼部动作。

眼睛下垂的动作如果太多，显示出过于关注新闻稿件，就会使主持人看起来缺少亲和力，冷漠了观众。

通过增加与镜头的眼神交流以及使用讲词提示装置，使拉瑟看起来更加亲切。

4.手臂姿势。

双臂靠近身体两侧或者一只胳膊用力地压在台面上都给人以过分克制和紧张的印象。

手势与胳膊动作有所增加让拉瑟看起来更加放松，新闻播报过程似乎进行得也更为迅速。

丹·拉瑟通过改变他的体态语成功地实现了自身形象的转型。

<<你所不知道的销售密码>>

作为一名销售人员，你可以规划一个类似新闻主播的形象。

请再看一遍描述性形容词清单，左栏中有多少词可以形容你的销售方法？

信任是购买者决定购买你的产品或服务的一个重要因素。

严肃的新闻记者与沃尔特·克朗凯，你更愿意从谁那里购买产品？

1.4 体态语——销售骗局或销售策略？

随着有关体态语书籍的流行，体态语沟通也随之走出各大学院与研究室，进入寻常百姓的生活之中。

与此同时，它也开始恶名远播，没有人愿意相信体态语的内在情感能够被他人“读懂”，也没人愿意相信身体会泄露自己的深层秘密。

于是，批评意见纷至沓来。

体态语沟通被认为愚蠢荒谬，不过是浪费时间而已。

大家不禁会问：“谁能够记住几千种姿势的含义？”

问题在于许多图书都给读者这样一个印象：每个姿势都有其独特的含义，并且适用于任何情况下的任何人。

但事实并非如此，我们就以双臂交叉为例。

请你交叉双臂，感觉如何？

是自我保护，还是思想封闭？

不一定。

这不过是因为你有交叉双臂的一个理由而已。

如果你走进客户的办公室，看到她双臂交叉，那么请注意一下室内的温度。

她可能只是感到有些凉意！

或者她也许只是刚刚结束与自己老板的通话，老板可能在电话中严厉训斥了她一顿，也许她想起昨天晚上与丈夫之间的争吵。

重要的是，在她对你的言行做出反应之前，你不能将她的姿势归结为针对你的出现。

一旦你开始介绍产品或服务，在这个过程中，她突然双臂交叉，那么你就可以肯定是你导致了这个反应。

这个时候你就该适可而止，寻找症结所在。

1.5 体态语并非新鲜事物 了解体态语沟通的威力能够让你与他人相处融洽。

人类自出现在地球上以来就学会了使用手势。

希腊人通过观察一个人的姿态来解读他的性格特征，并且利用自己的体态语来表达思想。

当有人用手指着我们的时候，不同国家的人对此有不同的理解。

因此，请记住，并不是所有的手势都是通用的。

以下引用的内容希望你意识到，人类有关体态语的知识一直以来都流行甚广。

您的脸，我的爵爷，正像一本书，人们可以从那上面读到奇怪的事情。

您要欺骗世人，必须装出和世人同样的神气；让您的眼睛、您的手、您的舌尖，随处流露着欢迎；让人家瞧您像一朵纯洁的花朵，可是在花瓣底下却有一条毒蛇潜伏。

摘自莎士比亚《麦克白》（1623年） 华生：“但是，我只是安静地坐在椅子上，我能传递什么线索呢？”

福尔摩斯：“你公正待己。

面部表情是泄露情感的一种途径，而你的面部表情表明你是忠实的雇员。

华生：“你的意思是说你从我的面部表情解读到我的思想活动？”

福尔摩斯：“对，你的面部表情，尤其你的双眼。

——摘自柯南·道尔《住院病人》（1894年） “……人类无法隐藏秘密，即使他紧闭双唇，他的指尖依然在喋喋不休地诉说着，他的每一个毛孔都会背叛他。

——摘自弗洛伊德《歇斯底里典型例证片断》（1905年） 1.6 姿势的连续性与一致性

某个单独的姿势就好比独立的一个词，如果不用一句话描述它，你就无法确定这个词的含义。

一连串的姿势就是体态语的句子和段落。

<<你所不知道的销售密码>>

从客户困惑的面部表情中，你只能猜到他所思考内容的一部分。

他是否需要更多信息？

你所说的内容是否与他从别家公司听到的内容有所出入？

如果此时注意他的其他体态语表现，就会让你对他的情绪有一个更清楚的解读。

如果他的困惑带有积极含义，你应该以某种方式采取行动；如果他的困惑具有消极含义，那么你可能应该选择另外一个方向。

细察所有体态语沟通途径的另外一个原因就是寻找矛盾所在。

在孩童时代，我们就学习如何通过笑容和面无表情来隐藏我们的真情实感，但是我们大多数人都没意识到，这些情感通过身体其他部位仍然明晰可见。

客户们在开小差儿、对销售人员产生厌恶情绪、把玩桌上物件以及双脚轻拍的时候，都有可能面带微笑。

他们对于你的出现感到无聊或没有兴趣，甚至不太高兴。

反对通常会引起销售人员不一致的反应，尽管他们的脸上仍然挂着微笑，但他们的身体会后倾，他们会双腿交叉，会避免眼神交流，以及用指尖划拉自己的皮肤等。

他们感觉到被拒绝，于是产生防卫心理，因此不太乐意回答客户所关心的问题。

<<你所不知道的销售密码>>

编辑推荐

方式远比内容重要，体态语沟通最有效。

我们控制与理解最好的交流方式，其影响力却最弱；反之，我们控制与理解最差的交流方式，却有着最强大的影响力。

心理学研究表明，人类的情感与态度只有7%是通过内容来传达的，38%通过声音来实现，而剩下的55%则完全属于体态语沟通。

大多数销售人员都将注意力集中在口头表达上，其中有些人会听声调，即说话的方式；而注意到体态语的销售人员又几乎只关注面部表情。

尽管大多数销售人员能够正确地陈述，但是往往由于弄巧成拙的体态语而错失交易的良机，那些知识和见解看似不如他们的人却能够赢取更多的订单。

解读客户的体态语并对之做出正确的反应已成为一种事半功倍的销售技巧。

<<你所不知道的销售密码>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>