

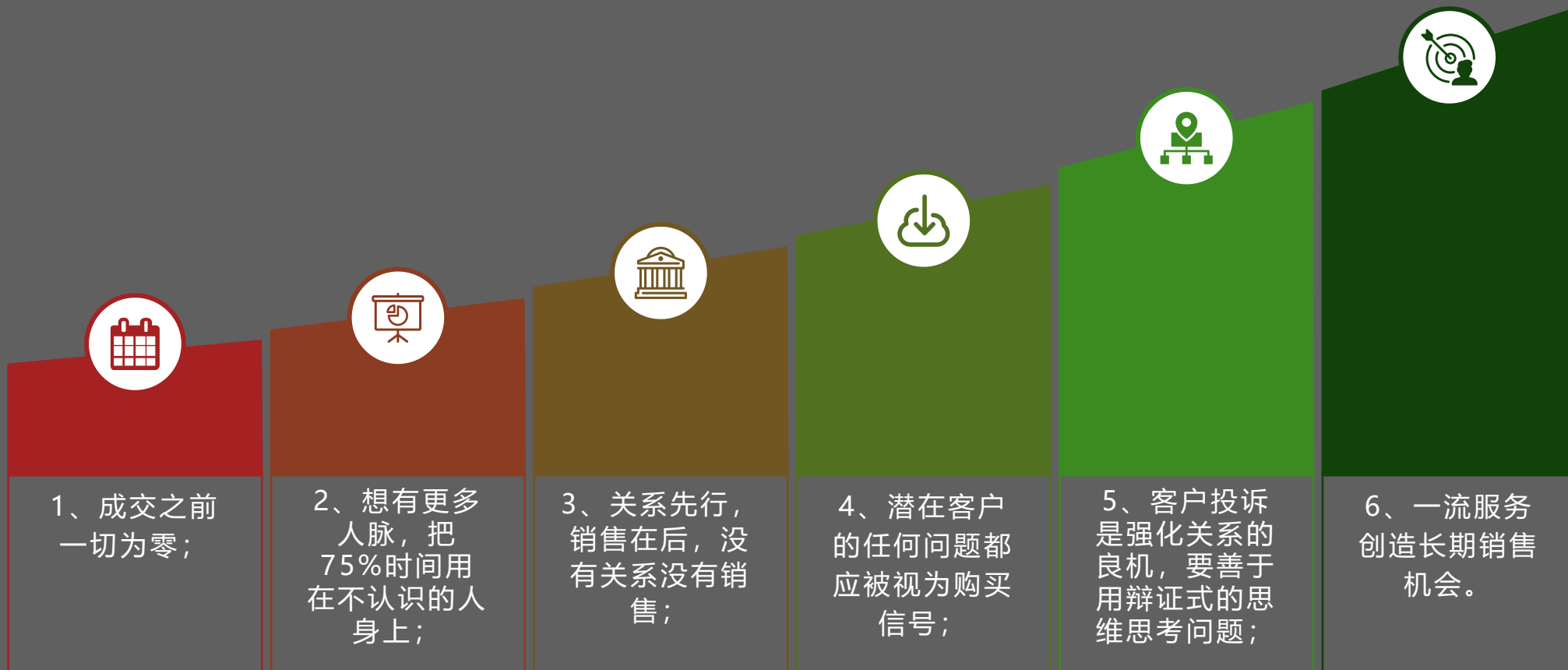
100条销售技巧，助你快速成交！！！！



01

销售冠军乔吉拉德告的顶级 销售启示录

销售冠军乔吉拉德告的顶级销售启示录





02 顾客是什么

顾客是什么

顾客不是敌人，也不是上帝，也是有血有肉有感情的人。有时诚心听听顾客诉诉苦，分享一些观点，多一些人文关怀。满足心理需求有时比单纯的数据说服更加有力。怎么交朋友，就怎么做生意，没有人会拒绝你的友好。



03

销售顾问提升业绩的八大法宝

销售顾问提升业绩的八大法宝

01

①绝对地相信你的产品；

02

②客户不都是上帝，销售者与被销售者是平等的；

03

③压力是成长的熔炉；

04

④思路时刻保持清晰；

05

⑤价值是因问题的存在而存在；

06

⑥忠诚职业比忠诚企业更重要；

07

⑦不要忘记业绩是护身符；

08

⑧尊重你的每一个领导。



04 跟顾客说多少话合适

跟顾客说多少话合适

不管用什么方法，只要你能把顾客约到店里，谈上30分钟，我就算你厉害。
一位4S店经理的早间训话。



05

理解客户的消费心理的重要性

理解客户的消费心理的重要性

01

1、洞悉客户需求是获取信任的关键；

02

3、打破顾客警戒心理；

03

4、消费者心中都有心理价格；

04

5、人人都想享有“贵宾”待遇；

05

6、客户怕骗心理；

06

7、抓住中国人从众心理；

07

8、顾客名牌心理；

08

9、积极调节客户逆反心理；

09

10、顾客都有占便宜心理。

10

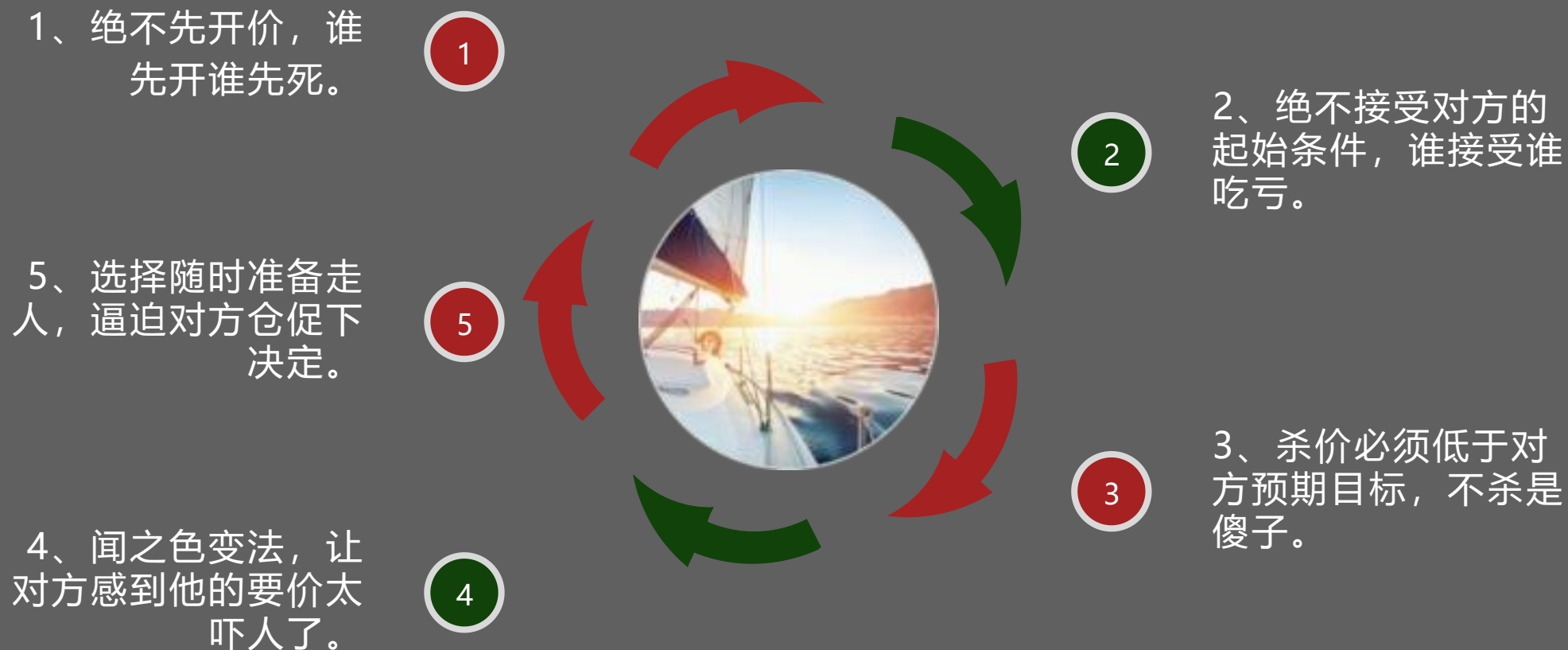
2、切中客户追求的自我重要感；



06

在消费者中流行的杀价“潜规则”

在消费者中流行的杀价“潜规则”





07

中国女性车主和消费者数量
正呈高速上升趋势

中国女性车主和消费者数量正呈高速上升趋势

这对汽车厂商和经销商来说，是一大新的考验和机遇。为了更好地迎合女性消费者的要求，不少汽车厂商逐渐加强对女性汽车需求的调查。日本马自达曾成立了女性汽车开发小组，共有5位女性设计人员，该小组开发的MPV小型多功能车备受家庭主妇的喜爱。



08 优秀销售五大心理定律

优秀销售五大心理定律

01

1、跨栏定律：制定一个远大的销售目标。

02

2、250定律：每个客户身后都有250个潜在客户。

03

3、二八定律：用%20的努力去获得%80的成果。

04

4、哈默定律：天下没什么坏买卖，只有蹩脚的买卖人。

05

5、不值得定律：以自己的推销职业为傲。



09 乔吉拉德的顶级推销术

乔吉拉德的顶级推销术

01

1、不得罪一个顾客；

02

2、名片满天飞，向
每一个人推销；

03

3、建立顾客档案，
更多的了解顾客；

04

4、让顾客帮助你寻
找顾客；

05

5、推销产品的味道，
让产品吸引顾客；

06

6、诚实：推销的最
佳策略；

07

7、真正的推销始于
售后。



10 搞定客户的5个关键点

搞定客户的5个关键点



1、顾客未进店前，品牌及店铺位置是第一拉动力；



4、购买后，研究如何提高回头率和缩短回头时间；



11、高效销售的良好素质：



2、技能：沟通、谈判能力、时间管理能力、学习能力、组织协调能力；



4、优势：良好的性格、人脉、交际圈、有让人喜欢的优点。



3、顾客决定购买后，连带率或附加值是销售最大化关键；



5、如何挖掘顾客的终生价值。



1、知识：产品知识、行业知识、销售技巧知识、社交礼仪技巧、客户服务知识等；



3、特质：自我激励、情商、毅力、灵活性、适应能力、职业倾向、兴趣爱好；



2、进店后，成交率是关键，越来越多零售企业在门口安计数器就是这个考量；



11

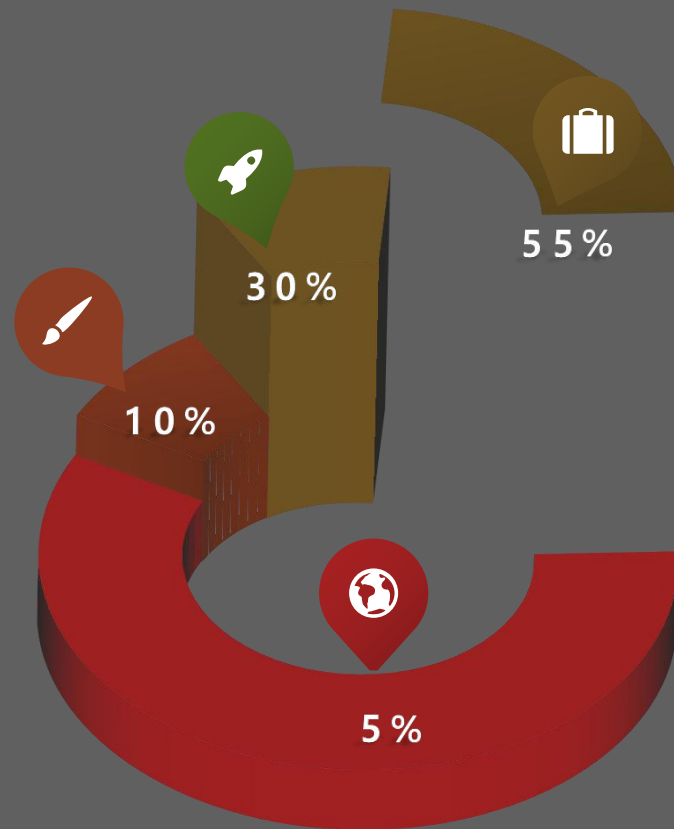
优秀销售人员必须记住的7句话

优秀销售人员必须记住的7句话

- ①销售不是要你去改变别人；
- ②销售的成功取决于客户的好感；

如何定位：顾客是谁？我是谁？

- ④建立共同的信念与价值，要多用“我们”；
- ⑤少用“但是”，多用“同时”；
- ⑥抱着即便不成交也是朋友的心态，真诚服务；
- ⑦将心比心，换位思考。





12 优秀销售心得

优秀销售心得

01

1、为每一次
与客人会面做
好准备；

02

3、穿著合适
衣履；

03

4、用心聆听；

04

5、展示微笑；

05

6、保持乐观；

06

7、紧记“马
上回电”；

07

8、支持你所
卖的产品；

08

9、从每一项
交易中学习；

09

10、自信、你
有一个团队。

10

2、常与对你
有帮助的人吃
饭，不要只跟
同事吃饭；



13 营销心理

当我们从主动向一位客户推销某样商品，到客户做出购买决定，其间 客户通常会经历四个心理阶段：排斥期、接受期、反复期与认同期。正常情况下，只有经历了这四个阶段才可能达成交易。而大部分的销售人员之所有没有成功，是因为往往他们在排斥期就把这个客户放弃了，销售贵在坚持。



14 优秀销售员的7戒

优秀销售员的7戒

01

1、戒只顾盲目诉说卖点，不顾客户真正需求；

02

2、戒只顾盲目承诺客户，不顾承诺兑现后果；

03

3、戒只顾自己滔滔不绝，不顾浪费客户时间；

04

4、戒只顾获取顾客订单，不顾订单之后服务；

05

5、戒只顾新客户利益，不顾老客户感受；

06

6、戒急功近利占便宜，不顾客户留下不良感觉；

07

7、戒急戒骄。



15 客户为离我们而去的原因

客户为离我们而去的原因

因为得不到想要的，这往往同价格没太大关系，更深层次原意在于：

①45%顾客离开是因为“服务”；

②20%的是因为没人关心他们；

③15%的离开是因为他们发现了更好的产品；

④15%的离开是因为他们发现了更便宜的价格；

⑤剩余5%离开源于其他原因。



16

营销的一个中心，三个基本点

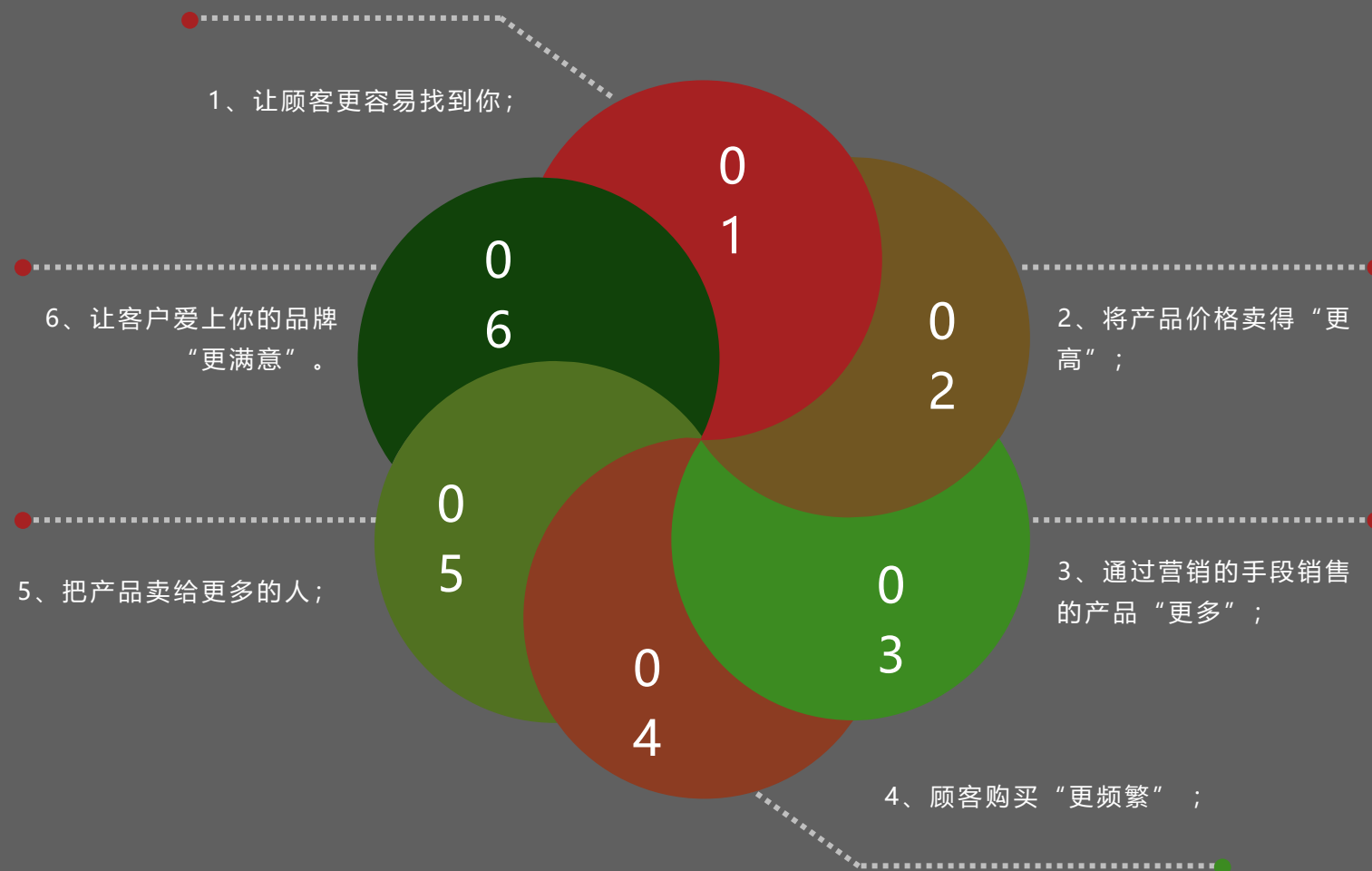
营销的一个中心，三个基本点

以客户需求为中心，解决“卖给谁，卖什么，怎么卖？”的三个基本问题，卖给谁 - - 发现需求是行销的前提，卖什么 - - 认识产品是行销的基础，怎么卖 - - 了解人性是行销的利器



17 营销的6个真实目的

营销的6个真实目的





18

销售中，菜鸟与高手的区别

销售中，菜鸟与高手的区别

做销售一定要提炼出自己的差异化！否则，就会使自己的
人和产品模糊化，结果自然就被客户忽略，最后必然陷入
价格战的泥沼中，没有其他的优势就只能主动降价求单。
这就是为什么说销售菜鸟与客户谈价格，高手与客户谈价
值！



19 客户的逻辑

在复杂的销售中，客户不是拿一种产品和另一种产品比，而是先拿一种产品和自己的需求比，得到一个结果。然后拿另一个产品和自己的需求比，也得到一个结果。最后比较这两种结果的优劣。

21、有时候我们就这样把客户吓跑了

- 1、侵略性太强，咄咄逼人
- 2、不真诚，不在意客户的需求，问题和感受。
- 3、太喜欢操纵客户，一副“我比你更懂你”的姿态。
- 4、急于告诉客户“这都是你要的”。
- 5、不善倾听与询问。
- 6、专业性不够。



客户的逻辑



- 7、只把客户当钱包，对客户个人情况完全不了解。
- 8、功利心太明显。



20 与客户心理拉近距离5个方法

与客户心理拉近距离5个方法



壹

1、频繁见面。人对多次接触的事物容易产生好感；



贰

2、常出现在对方附近，让对方了解自己。如果能互相了解，彼此的好感将进一步加深；



叁

3、向对方倾诉一些自己的秘密，可以增强亲密感；



肆

4、寻找共通的地方；



伍

5、请对方帮忙，满足对方的自尊心。



21 营销不可忘记的9个常识

营销不可忘记的9个常识

01

1、营销的根本是卖好东西；

02

2、让你的品牌成为一个故事；

03

3、用消费者的语言对话；

04

4、创造一种体验或期待，而不仅仅是商品；

05

5、别试图控制社交媒体和他人的言论；

06

6、相信市场调查，更要相信消费者的感受；

07

7、和新用户一起变化；

08

8、便宜的产品，不等于差劲的设计；

09

9、永远别忘了细节。



22

销售人员必须要会回答的6大
问题

销售人员必须要会回答的6大问题

销售心理学中，
站到客户的角
度，客户都有
以下几个疑问：

①你是谁？

②你要跟我介
绍什么？

③你介绍的产
品和服务对我
有什么好处？

④如何证明你
介绍的是真实
的？

⑤为什么我要
跟你买？

⑥为什么我要
现在跟你买？



23

专业的销售顾问必须具备五
大条件

专业的销售顾问必须具备五大条件

01



(1) 正确的态度，销售的真诚；

02



(2) 对于产品及市场的知识；

03



(3) 熟练有效的销售技巧；

04



(4) 自我驱策能力；

05



(5) 履行职务的责任心。

8个实用的销售心理

- 1、销售不是要你去改变别人；
- 2、销售的成功取决于客户的好感；



24

如何定位：顾客是谁？我是谁？

如何定位：顾客是谁？我是谁？

01

01

4、建立共同的信念与价值，要多用“我们”；

02

02

5、少用“但是”，多用“同时”；

03

03

6、抱着即便不成交也能是朋友的心态，真诚服务；

04

04

7、将心比心，换位思考；

05

05

8、有诚心、有信心、有责任心。

4S店日常售后提醒短信内容





25

不批评竞争对手的情况下，
如何做比较

不批评竞争对手的情况下，如何做比较

1

①点出产品的三大特色

2

②举出最大的优点

3

③举出对手最弱的缺点

4

④跟价格贵的产品做比较，知己知彼百战不殆。



26

销售有效达成交易的4个技巧

销售有效达成交易的4个技巧

1、引导顾客说出交易的优缺点，然后针对优缺点分析，让客户有一个说服自己的理由。

2、为顾客营造优惠的感觉，刺激客户的购买意欲。



4、与顾客分享已购买产品的顾客的评价。这样能够提升顾客的购买意向，加快交易的达成。

3、给予客户选择权，避免对方直接拒绝自己。



27 简单有效的销售技巧

简单有效的销售技巧



01

1、越是难缠的准客户，购买力也就越强。

04

4、有时沉默是金。

02

2、应该使准客户感到，认识你是非常荣幸的。

05

5、技巧只能参考不能完全照搬复制，要有自己的特色。

03

3、慢慢了解客户的消费心理，不要急于求成。

06

6、适当为客户进行换位思考，让他知道以你的专业在他的角度怎么选择。



28 客户的11种购买心理

客户的11种购买心理

01

在交易过程中
客户会有一些
复杂微妙的心理活动：

02

2、求新心理；

03

3、求美心理；

04

4、求名心理；

05

5、求利心理；

06

6、偏好心理；

07

7、自尊心理；

08

8、仿效心理；

09

9、隐秘性心理；

10

1、求实心理；

客户的11种购买心理

10、疑虑心理；

在右侧编辑区输入内容

11、安全心理。

这些心理活动会驱使其采取不同的态度甚至决定销售成败，我们需认真对待。



29

汽车销售顾问应同时具有的
角色

汽车销售顾问应同时具有的角色



01 1、朋友的角色。先卖人后卖车，与客户成为好朋友。

02 2、演员的角色。每个销售必须学的角色。

03 3、客户的解忧人。客户都会带着疑问来，要为客户排忧解难。

04 4、心理学家。销售行业有一句名言，叫“成功的推销员一定是一个伟大的心理学家”。

05 5、管理者。销售者即是管理者。



30

销售顾问如何巧妙对待客户
投诉

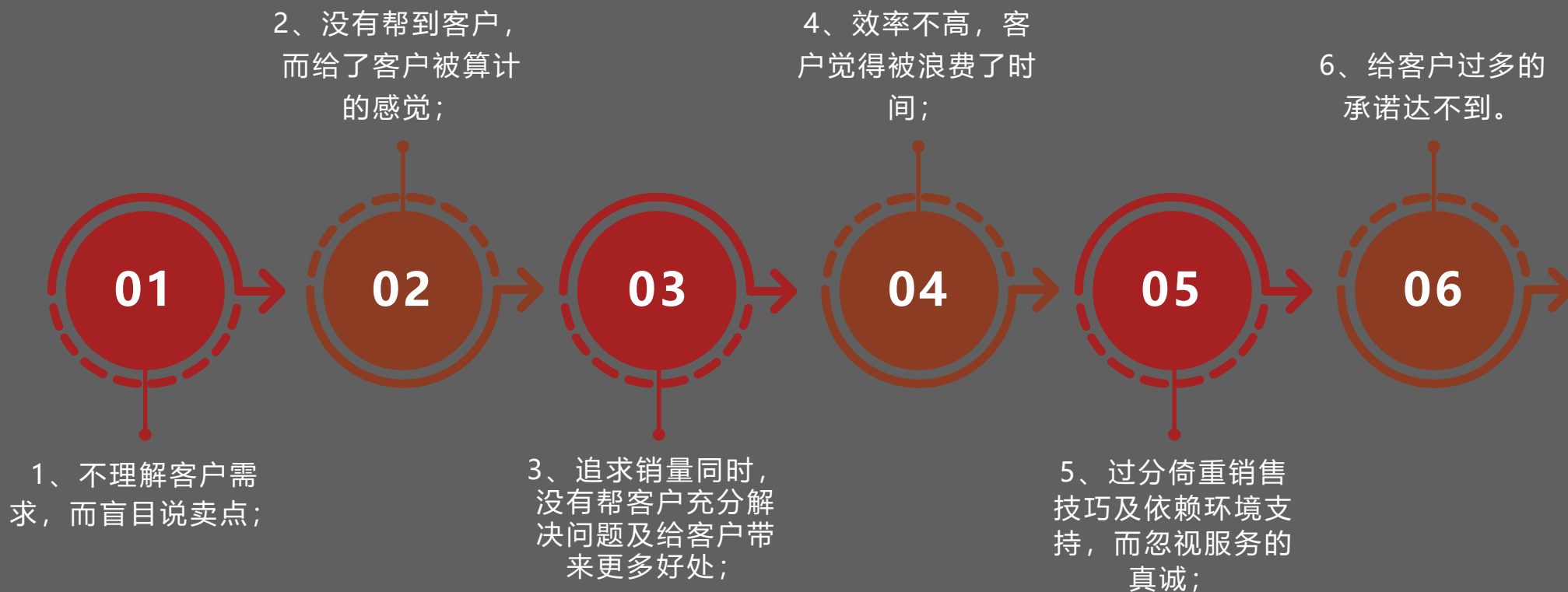
销售顾问如何巧妙对待客户投诉

- 1、心态要好，不要怕投诉。
- 2、认真听取客人的叙述并做好记录。
- 3、分析客户投诉原因并给出方案。对投诉处理过程进行总结与综合评价，吸取经验教训，并提出改善对策，从而不断完善企业的经营管理和业务运作，提高客户服务质量和服务水平，降低投诉率。



31 分析销售失败的原因

分析销售失败的原因





32 谁是汽车消费市场的主力

谁是汽车消费市场的主力

J.D POWER发布最新数据，去年汽车消费人群年龄计算，80后已经成为了中流砥柱，达到了43%，超过了原来市场中的70后。80后人群占据消费主流的情况将长期存在，其购买力将越来越强，会占据越来越重要的位置，车企应该注重这部分人群的需求，为其喜欢设计车型的外观内饰等等。



33 汽车营销中的口碑营销

汽车营销中的口碑营销

01

①口碑营销产生：消费者只会替优异的产品传播福音，优质购物体验，口碑营销效果才产生；

02

②口碑营销整合原则：1.趣味原则；2利益原则；3互动原则；4个性原则；

03

③口碑营销作用：对其他各媒介渠道的转化形成强大促成作用；

04

④口碑营销的价值：降低成本，产生更大的利润价值。



34 常用的20种营销方式

常用的20种营销方式

服务营销，体验营销，知识营销，情感营销，会员制营销，差异化营销，饥饿营销，数据库营销，信仰营销，色彩营销，互惠营销，电话营销，关系营销，植入式营销，网络营销，个性化营销，绿色营销，病毒营销，事件营销，口碑营销。



35

销售顾问最不该做的七件事

销售顾问最不该做的七件事

01

1、没有目标（不知道自己该干嘛，混日子）；

02

2、浪费时间（不善于总结方法）；

03

3、依赖（总想着别人来搭配）；

04

4、每天被动的过日子（别人叫做什么就做什么）；

05

5、不规划自己的人生。

06

6、不学习；

07

7、不接受批评。



36

提高电话销售成交率的9种办法

提高电话销售成交率的9种办法

01

1、让客户第一时间找到你。

02

2、设计内容完整的成交信。

03

3、做好电话回访。

04

4、做好线上交谈，线下及时跟踪。

05

5、做好样品，寄出样品。

06

6、产品的质量必须过硬。

07

7、价格要合理公道。

08

8、借力权威成交订单。

09

9、做好售后服务，通过老客户挖掘潜在客户。



37 维护客户关系4点

维护客户关系4点



① 已服务的客户：分期定时进行电话跟踪。



② 正在服务的客户：从销售开始进行电话跟踪到客户资料进入客户档案分类细化管理区。



③ 准客户：对现行客户进行分析并根据分析后的需求进入电话培养服务期，增强客户对企业的信赖，从而达成促成的效果。



④ 转介绍的客户：让其感受优质的服务。



38

销售顾问怎样培养沉稳的气质

销售顾问怎样培养沉稳的气质

1、不要随便显露你的情绪；

在右侧编辑区输入内容

2、不要随处诉苦；

在右侧编辑区输入内容

3、在征询别人的意见之前，自己先思考；

在右侧编辑区输入内容

4、不要一有机会就唠叨你的不满；

在右侧编辑区输入内容

5、重要的决定尽量有别人商量，最好隔一天再发布；

在右侧编辑区输入内容

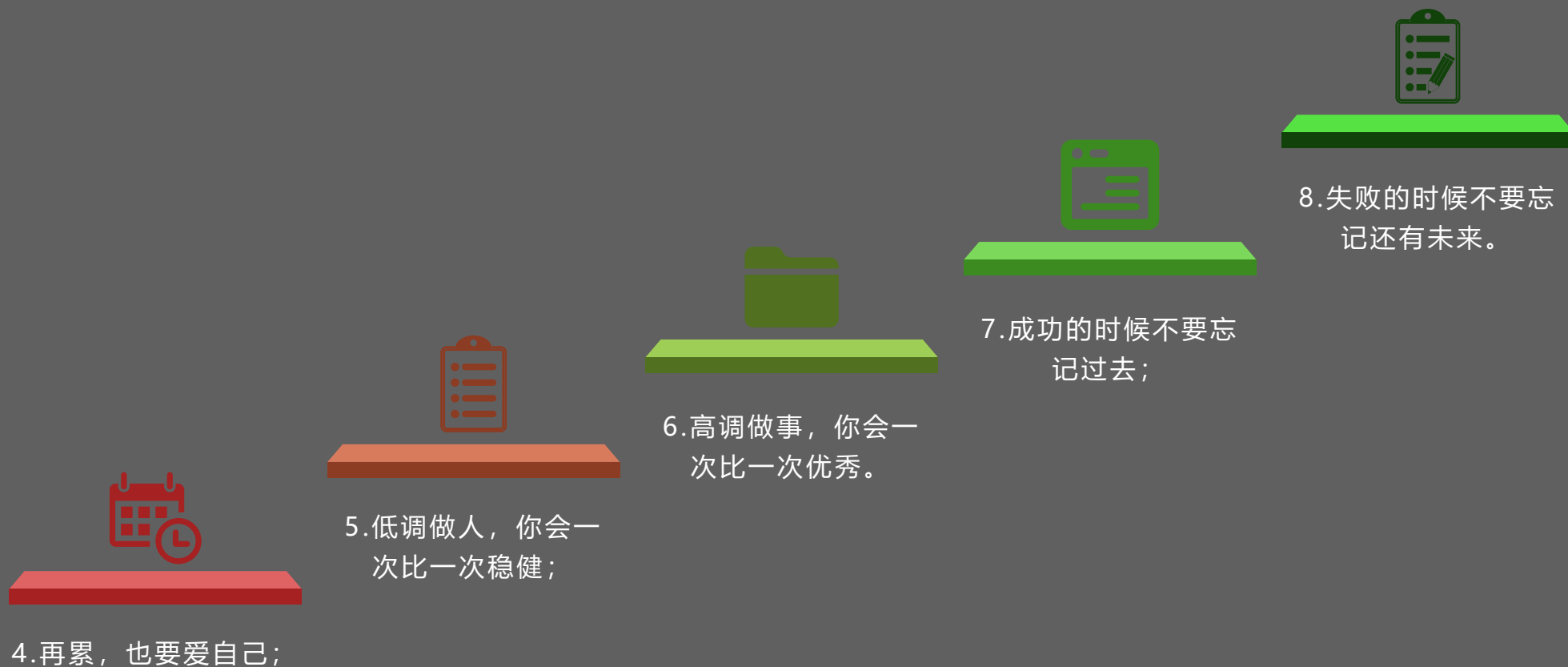
6、讲话要有自信

在右侧编辑区输入内容

42、销售顾问必须记住的8句话

- 1.再烦，也别忘微笑；
- 2.再急，也要注意语气；
- 3.再苦，也别忘坚持；

销售顾问怎样培养沉稳的气质





39 销售启示

销售启示



客户说：帮我设计一个花瓶。



小A直接去做花瓶去了。



小B多问了几句：多大的？什么材质的？什么时候要？预算是多少？



小C则问：你要花瓶做什么的？是放鲜花还是做室内装饰用的？



小A肯定做出了花瓶，但是未必是顾客想要的。小B也做了花瓶，顾客也买单了。但是小C则有可能让顾客惊喜。



40 营销之道



01 1、优秀的企业满足需求，伟大的企业创造需求。

02 2、一家企业只有两个基本职能：创新和营销。

03 3、伟大的品牌唤起的是形象，期望和对性能的承诺。

04 4、营销创造价值，销售传递价值。二者不可或缺。

05 5、你说什么客户不会记住多少，但你带给他们的感受他们却永远忘不了。



41 优秀销售的八个更重要

优秀销售的八个更重要

01

①找到客户重要，找准客户更重要；

02

②了解产品重要，了解需求更重要；

03

③搞清价格重要，搞清价值更重要；

04

④融入团队重要，融入客户更重要；

05

⑤口勤腿勤重要，心勤脑勤更重要；

06

⑥获得认可重要，获得信任更重要；

07

⑦达成合作重要，持续合作更重要；



42 给客户提案的6个思路

给客户提案的6个思路

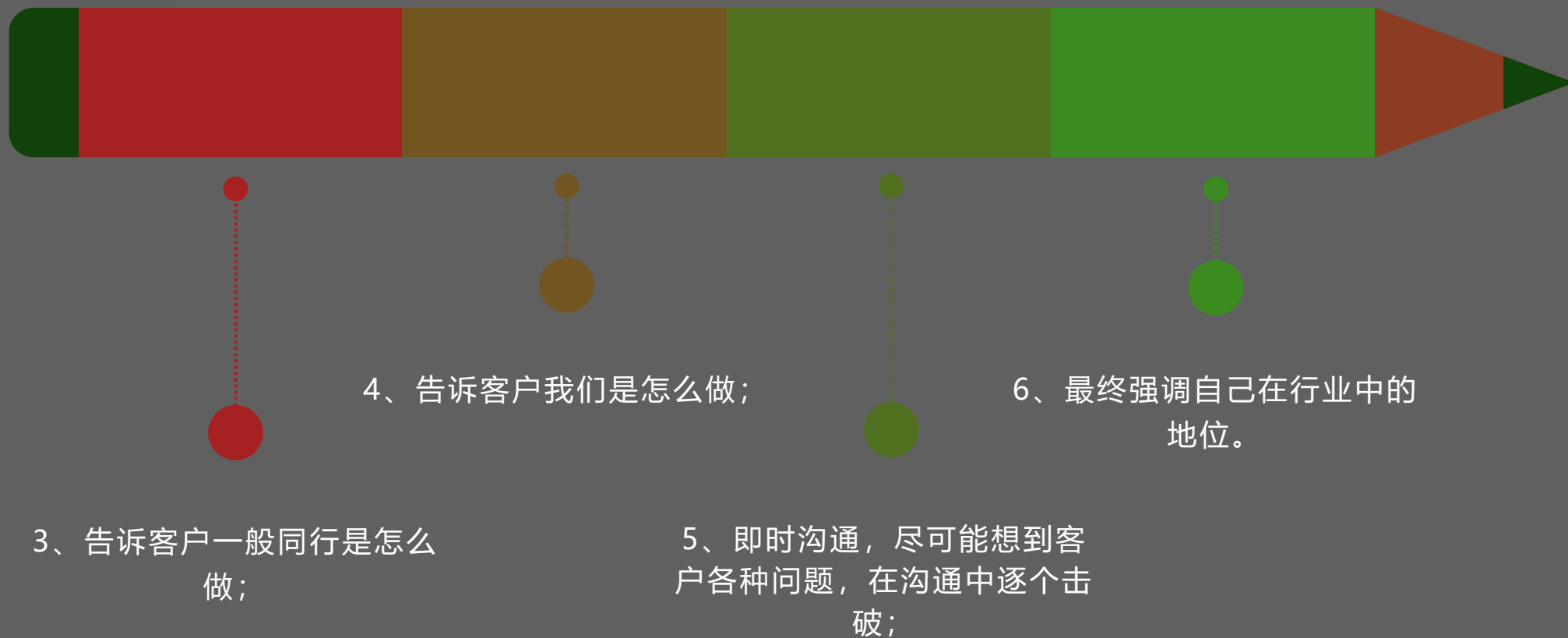
1、先强调客户总体目标；



43

告诉客户要达成目标要做些
什么？

告诉客户要达成目标要做什么？





44

生意谈成前，争取让他连续
说7个“是”或“对”

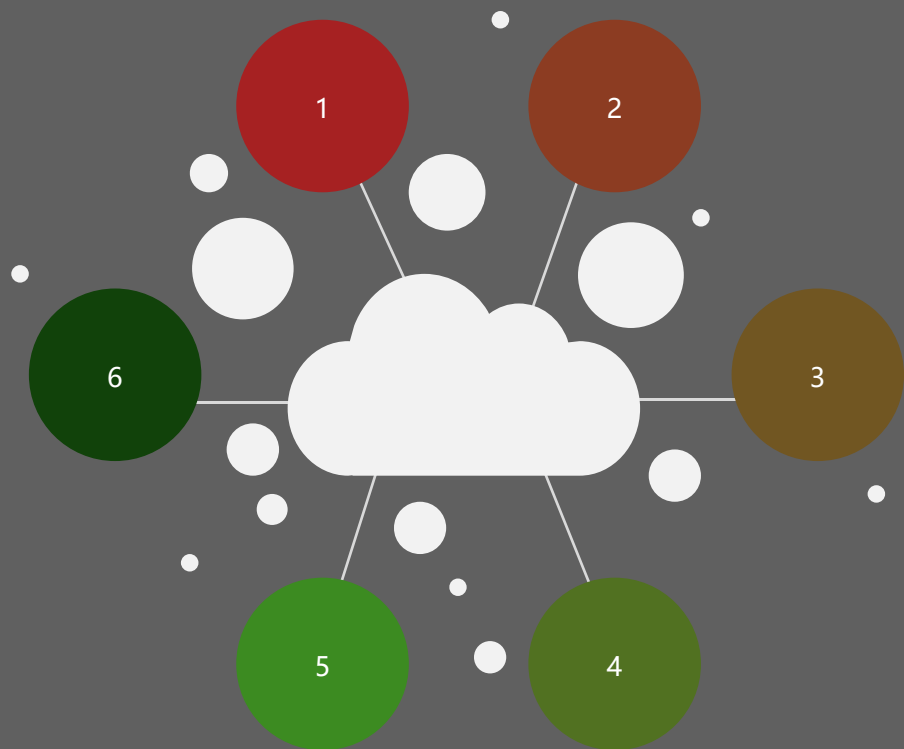
生意谈成前，争取让他连续说7个“是”或“对”

最后一个问题是：我们现在该约签约了吧？对方会习惯性地
说，“是”。成交，首先要建立客户关系，获得足够的信任。



45 销售生涯的6个障碍

销售生涯的6个障碍



1. 知识障碍：缺乏对产品知识和关键环节掌握；
2. 心理障碍：对不好结果的担忧、不愿采取行动；
3. 心态障碍：对销售和服务的不正确认知；
4. 技巧障碍：对整个销售流程不熟悉，对客户购买过程控制技巧不熟练；
5. 习惯障碍：不好的行为习惯；
6. 环境障碍：容易受周围的人或事影响。



46

塑造优秀销售员个人良好印象的8点

塑造优秀销售员个人良好印象的8点

1、仪表，先敬罗衣后敬人；

2、微笑，微笑是最美的语言；

3、倾听，倾听赢得朋友；

4、赞美，建立好感；

5、热忱，热忱的服务态度；

6、关心，人性关怀；

7、信赖，要人相信首先要学会相信人；

8、记名，清晰的记住对方的名字和一些性格特征。



47 人际交往八原则

人际交往八原则

01

①在没了解之前，把所有的人都当友善；

02

②挖掘别人身上优点，真诚的赞美别人。

03

③全面撒网，重点培养；

04

④知己可遇，但不要强求；

05

⑤真诚帮助别人，不期待别人回报；

06

⑥学会说不，不要让友情成为负担；

07

⑦不要计较谁对谁更好，感情的延续才重要；



48 精准汽车营销三部曲

精准汽车营销三部曲





49

汽车大客户营销过程中的十
个不该

汽车大客户营销过程中的十个不该

01

1、不能真正
倾听；

02

3、没有下一
步的行动安排；

03

4、忽视客户
差异；

04

5、预算的概
念；

05

6、不能有效
影响决策者；

06

7、臆想客户
需求；

07

8、过早涉及
价格；

08

9、客户总是
对的；

09

10、无谓的
闲谈。

10

2、急于介绍
产品；



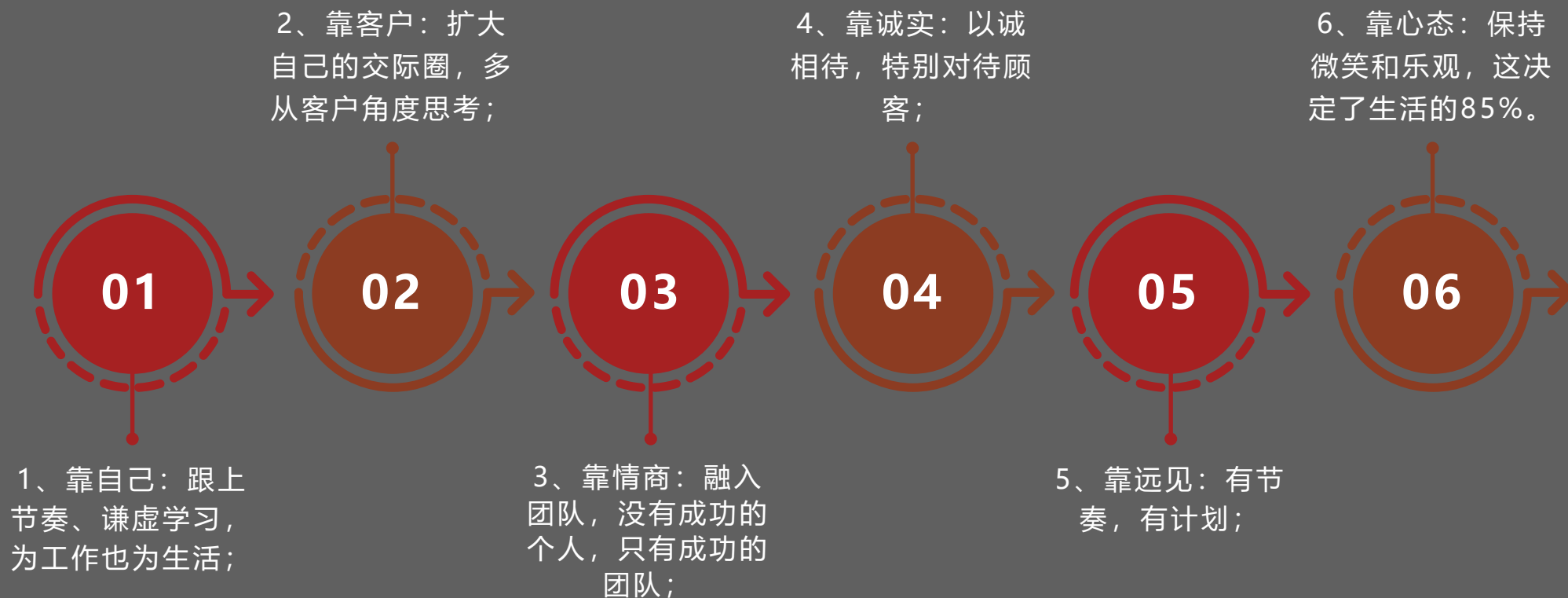
50

客户只能记住你的几个卖点，
突出所有点等于没有特点

客户只能记住你的几个卖点，突出所有点等于没有特点

卖点不清晰，客户很难深刻记住。这有点像国内外广告，国内的广告，很多是有什么就说什么，国外的是想说什么，就极力地表现什么。让顾客深刻记住，只要一个亮点就够。

4S店员工的6大依靠





51

销售精英要懂得心态决定一切

销售精英要懂得心态决定一切

01

1、做自己情绪的主人；

02

3、忍让与业绩成正比；

03

4、用“好脾气”创造好业绩；

04

5、时刻保持微笑的豁达；

05

6、鼓起勇气，战胜怯场；

06

7、拒绝悲观，坚持到底；

07

8、不要轻言放弃；

08

9、积极应对“销售低潮”；

09

10、失败时要有百折不挠。

10

2、自信是推销自己的法宝；



52 顾客的15类心理

顾客的15类心理

1、求实心理；2、求新心理；3、求美心理；4、求名心理；
5、求利心理；6、偏好心理；7、自尊心理；8、仿效心理；
9、隐秘性心理；10、疑虑心理；11、安全心理；12、求
全心理；13、对比心理；14、防骗心理；15、从中心理。
让顾客不迷惑，清晰踏实，是留下客户的关键一步。



53

优秀的汽车销售人、市场人，
应该去理解客户的购车心理

优秀的汽车销售人、市场人，应该去理解客户的购车心理

人生中第一次买车的心理，第二次甚至第三次买车的心理。因为买车不是买个商品，买个服务那么简单。它就像买房子一样，意味着太多的东西：家人的安全、生活的改变，社会的认可，自己的心愿的达成……。赢得客户的订单重要，赢得顾客的心更加重要。



54 完美销售8诀窍

完美销售8诀窍

01

1、经常反省，
对自己的服务水平吹毛求疵；

02

2、总结成功之处；

03

3、坚持不懈，
但不令人厌烦；

04

4、对你提供的
产品或服务保持
自信和热情；

05

5、确认购买者
确实得到了满意的
产品或服务；

06

6、成为客户的
咨询师；

07

7、保持与客户
的联系，挖掘客
户背后的客户；

08

8、业余时间的
思考很重要。



55

销售人员要学会用四面镜子

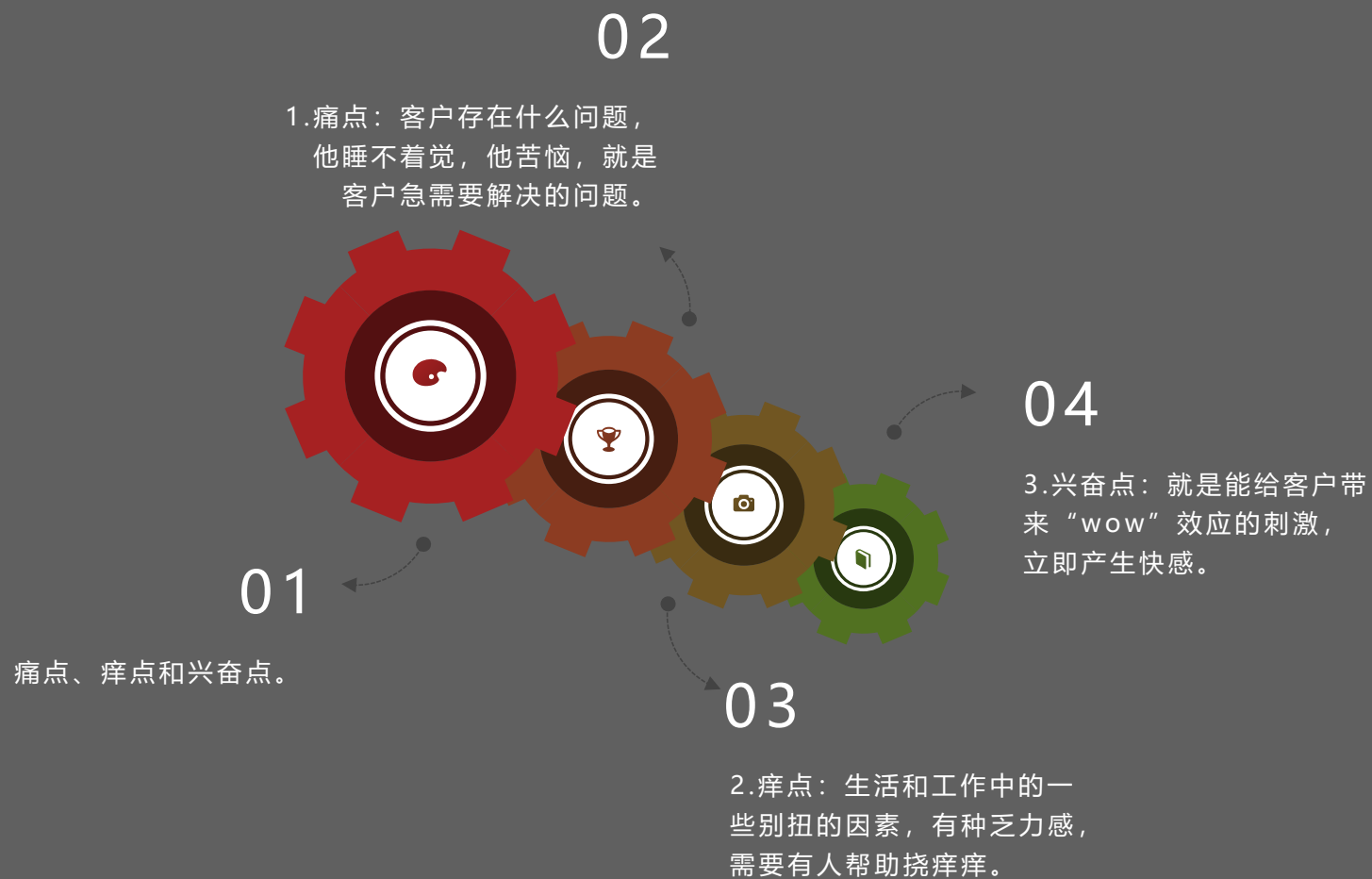
销售人员要学会用四面镜子

用放大镜看同行优点，用显微镜找自己缺点，用望远镜展望市场趋势，用反光镜聚焦到自己的营销行为上。不能把用前面三面镜子发现的问题聚集到自己的营销行为上，就不是好的销售人员。



56 客户三点式营销

客户三点式营销





57 汽车销售时的10大错误

汽车销售时的10大错误

01

1、出现争辩时，把客户逼上绝路；

02

3、喋喋不休的介绍产品；

03

4、随意触及客户隐私；

04

5、谈话时急功近利；

05

6、冷落了客户；

06

7、随便地打断客户说话；

07

8、谈客户不懂的问题；

08

9、没有最新的市场信息；

09

10、专业知识不全面。

10

2、过于卖弄自己；



58 客户要什么



客户要什么

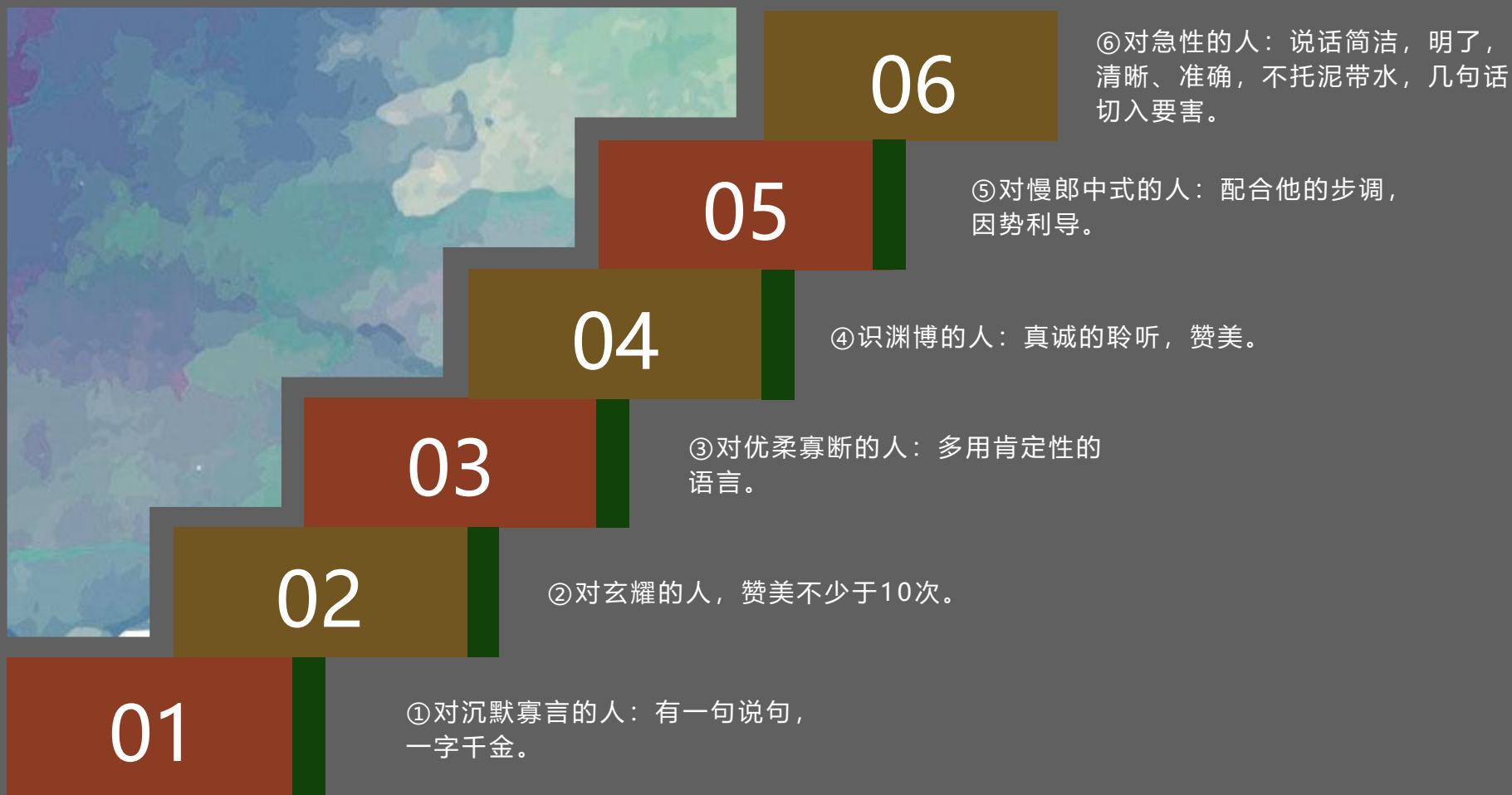


客户会走到我们店里来，我们要走进客户心里去；老客户要坦诚，新客户要热情，急客户要速度，大客户要品味，小客户要利益。



59 沟通的金钥匙

沟通的金钥匙





60 销售心得

销售心得

01

1、聚焦顾客利益。

02

3、讲解自信、清晰、简洁、有力。

03

4、语言活泼生动。

04

5、过程适当互动。

05

6、让顾客记住买点。

06

7、策划演讲高潮。

07

8、准备好幽默笑话。

08

9、熟悉全部流程。

09

10、分析客户关注点。

10

2、销售顾客梦想。

11、心诚不心急。

12、教客户一些东西。

13、善待顾客的朋友。

14、细致总结。



61 顶级谈判手基本素质

顶级谈判手基本素质

1, 扎实的数据支持; 2, 严谨的逻辑支撑; 3, 优秀的社交礼仪; 4, 敏锐的环境洞察; 5, 机智的话题嗅觉; 6, 得体的气场控制; 7, 适当的口才表达; 8, 清晰的大局意识。



62

对销售人员而言，4S店最重要的资源是什么

对销售人员而言，4S店最重要的资源是什么

4S店最重要的资源不是价格、促销、财力、物力支持，而是：一、你自己的智慧；二、忠诚的客户。销售人员使用资源的最好方式是服务。早晨起来，你先想到的是怎样为客户服务，而不是想客户的钱，你就成功了。

67、销售八个最

- 1、最基本的销售方法-卖文化、卖自己、卖产品
- 2、最有效的销售方法-事实与数据
- 3、最持续的销售方法-客户价值
- 4、最好的销售办法-感动客户
- 5、最受欢迎销售方法-成就客户
- 6、最高明销售方法-帮客户赚钱或省钱

对销售人员而言，4S店最重要的资源是什么

- 7、最难被抄袭的销售方法-让客户内心满意
- 8、最神奇的销售方法-让客户上瘾或追随。



63 员工喜欢跟这样的老大

员工喜欢跟这样的老大





64 汽车销售妙谈

广告是空军，高高在上令人目炫，经常是虚张声势，无法精确打击。公关是步兵，每天都急行军，有时还要匍匐前进，悄悄进村，打枪的不要，常做无名英雄。活动是炮兵，集中火力遍地开花，场面很壮观，参与者很过瘾。销售是狙击手，耐得寂寞，看准目标弹无虚发。成功的营销，要靠海陆空联合。



65 汽车营销能手“10项本领”

汽车营销能手 “10项本领”

01

①看清市场战略眼光；

02

③一线市场的亲身打拼经历；

03

④文案的写作能力；

04

⑤ 沟通、演讲和号召能力；

05

⑥平面设计审美和指导能力；

06

⑦创意和策划案的制定能力；

07

⑧USB销售主张提取能力；

08

⑨基本制度，财务流程制定能力；

09

⑩团队文化激励能力。

10

②较强的营销定位知识；



66

销售精英要懂得心理学：心态决定一切

销售精英要懂得心理学：心态决定一切

01

1、做自己情绪的主人；

02

3、忍让与业绩成正比；

03

4、用“好脾气”创造好业绩；

04

5、练就时刻都能保持微笑的豁达；

05

6、鼓起勇气，战胜怯场；

06

7、拒绝悲观，坚持到底；

07

8、不要轻言放弃；

08

9、积极应对“销售低潮”；

09

10、失败时要有百折不挠。

10

2、自信是推销自己的法宝；



67

汽车营销经理最重要的九种
领导力

汽车营销经理最重要的九种领导力

1、愿景比管控更重要；

2、信念比指标更重要；

3、人才比战略更重要；

4、团队比个人更重要；

5、授权比命令更重要；

6、平等比权威更重要；

7、均衡比魄力更重要；

8、理智比激情更重要；

9、真诚比体面更重要。



68

销售人员有时该去思考的问题

销售人员有时该去思考的问题

- 销售心理学中，站到客户的角度，客户都有以下几个疑问：
- 2、你要跟我介绍什么？
- 3、你介绍的产品和服务对我有什么好处？
- 4、如何证明你介绍的是真实的？
- 5、为什么我要跟你买？
- 6、为什么我要现在跟你买？
- 7、有没有保障？
- 8、有没有其他更好的4S店可选择？
- 75、汽车品牌服务的16个卖点
- 1、你是谁？

销售人员有时该去思考的问题

1、卖服务品牌；2、卖服务概念；3、卖服务承诺；4、卖服务体验；5、卖服务文化；6、卖服务环境；7、卖服务价格；8、卖服务标准；9、卖服务技术；10、卖服务政策；11、卖超值服务；12、卖增值服务；13、卖关联服务；14、卖情感服务；15、卖个性服务；16、卖创新服务。



69

销售新人需要学习的一些习惯

销售新人需要学习的一些习惯

01

1、不轻言退
缩；

02

3、立即行动，
从小事做起；

03

4、尊重每一
个人；

04

5、做常人不敢做的事情；

05

6、保持“饥
饿感”；

06

7、和积极
的人交朋友；

07

8、勇敢承担
责任；

08

9、学会分类、
各个击破；

09

10、处变不
惊、胆大心细。

10

2、不停学习、
不断修正；



70 销售时微笑的好处

销售时微笑的好处

01

1、笑能把友善和关怀传递给顾客；

02

3、笑能使你的外表更加迷人；

03

4、笑能消除戒备心和不安；

04

5、笑能消除自卑感；

05

6、笑感染顾客融洽氛围；

06

7、笑；有助于建立信任感；

07

8、笑能让自己更加开了自信；

08

9、笑是表达关怀和体贴的途径；

09

10、笑能增进活力，有益健康。

10

2、笑能消除彼此间的隔阂；



71 营销计划不能忽视的8项

营销计划不能忽视的8项

01

1、行业分析，
市场的长期趋势
和短期变化；

02

2、销售分析，
挖掘顾客信息和
数据后的秘密；

03

3、竞争对手分
析，知己知彼；

04

4、顾客分析，
营销活动都要围
绕着顾客转；

05

5、产品潜力分
析；

06

6、销售预测，
合理的预测和财
务预算；

07

7、制定营销策
略和阶段销售目
标；

08

8、对员工的期
望和提高计划。



72 做一名优秀的销售顾问

做一名优秀的销售顾问

01

1、首要的是勤奋，勤能补拙；

02

2、做事先做人，要用心与客户沟通，解决问题；

03

3、能快速深入的了解客户的核心需求，有针对性的解决客户顾虑；

04

4、全方位的知识，如产品的专业知识，客户的行业知识，一些生活知识；

05

5、懂得换位思考，灵活运用销售技巧，销售人员也是半个心理学家。



73

说到汽车车型，消费者讨论什么？

说到汽车车型，消费者讨论什么？

1、安全配置；2、内饰舒适配置；3、油耗；4保养；5、动力及操控性能；6、配件价格；7、车贷；8、上牌保养。

说到汽车4S店，购车者挂在口边的是：

1、车价和优惠；2、活动促销；3、售后服务和维修费用。

而销售人员的服务态度和个人素质是赞扬最多也是批评最多的，这就是口碑。



74 销售人员应树立的8个观念



75 销售员可习成的一些知识



76

新一代营销人需要的7项基本
素质



77 优秀销售的沟通技巧



78

销售过程中需要注意的技巧



79

与顾客沟通出现问题时怎么做
