

無往不利的銷售奧秘

郭育志

<http://www.speaker-kuo.com>



消費者決策流程



客戶不買的理由

1. 不需要
2. 不想要
3. 不信任
4. 不了解
5. 不急
6. 沒錢



客戶在想什麼？

1. 你想要賣我什麼？
2. 多少錢？
3. 它對我有什麼用處？
4. 爲什麼我應該相信你？



客戶爲什麼要買

1. 客戶要解決大問題
2. 解決客戶的意願、決心及急迫性



推銷的步驟

寒暄



開門



展示說明



關門



異議處理



一、寒暄

1. 取得信任感
2. 談論FORMDW
 - A. F:Family 家庭
 - B. O:Occupatin 職業
 - C. R:Recreation 休閒娛樂
 - D. M:Money 財務狀況



3. 找出客戶的需求、痛苦及渴望

A. NEADS

- ① **N:Now** 現在使用狀況
- ② **E:Enjoy** 滿意的情形
- ③ **A:Alter** 更改、可改善的地方(即不滿意的地方)
- ④ **D:Decision** 決策者為何人?
- ⑤ **S:Solution** 提出解決方案



4. 確認客戶的需求及痛苦

A. 用“爲什麼”的問題來確認，如爲什麼這個問題對你這麼重要？



5. 將痛苦擴大

- A. 付錢止痛：大部分的人花錢，都是爲了解決痛苦
- B. 人們解決大問題，小問題可以忍受



C. 不同類型的人有不同的痛苦：

- ① 模仿型：爲了模仿偶像
- ② 家庭型：爲了家人而決定
- ③ 成功型：爲了成功
- ④ 社會取向型：因爲朋友也這麼做
- ⑤ 生存型：活著就好



二、開門

1. 利用客戶的需求及問題開門
2. 以”像你這種情形...”開門
3. 以”是這樣的...”開門
4. 開門後就將話題鎖定在銷售上，
如客戶離題應盡快將話題拉回銷售上



三、展示說明

1. 提出解決方案及塑造產品價值
 - A. 價值就是對我們重要的事情，我們必須配合客戶的價值觀
 - B. 購買或行動的二個原因:追求快樂及逃避痛苦(影響的力量較大)
 - C. 要讓客戶感到不買會有很大的痛苦，這就是塑造產品價值的方法



- D. 利用過去、現在、未來來塑造痛苦，告訴客戶不買過去痛苦、現在痛苦、未來也會痛苦；而買現在快樂、未來也快樂
- E. 要不斷的發問，來提出解決方案
- F. 發問的技巧(寫下購買的理由，再轉換成問句)



2. 告訴客戶擁有後的種種好處
 - A. 讓客戶想像擁有後的感覺
 - B. 將好處擴大



3. 自我見證

A. 先說明自己使用後的好處及影響

B. 最好說個動人的故事



4. 他人見證

A. 眼睛看到的相信度為80%

B. 耳朵聽到的相信度為20%

C. 名人或權威者最有效



5. 在展示說明時，先處理大部分客戶會提出的異議
6. 觀察客戶的購買訊號
 - A. 放鬆
 - B. 客戶開始問成交有關的問題
 - C. 呼吸開始變的急促，有點緊張
 - D. 對你更殷勤等



四、關門

1. 大膽開口成交
 - A. 測試成交
 - B. 假設性成交
 - C. 二選一成交
 - D. 運用對比成交法(將貴的擺在前面，要賣的放後面)



2. 爲什麼現在要做決定？

A. ABC 〈Always Be Closing〉

B. 限時

C. 限量

D. 限價格



五、異議處理

1. 客戶拒絕的理由→事先解決或擬定解決的話術
2. 處理的原則
 - A. 不要理睬它(假裝聽不見)
 - B. 傾聽它
 - C. 認同它
 - D. 轉換它



3. 取得承諾，再次要求成交

- A. 紀錄客戶的反對意見，詢問客戶是否解決這些問題就會決定購買？
- B. 話術：是不是這些問題了都解決了，你就會購買呢？
- C. 話術：除了這些理由之外，還有其他理由讓你不能馬上決定呢？



4. 進行溝通談判

5. 一點總比沒有好



六、異議處理話術

1. 客：我要考慮一下

業：客戶先生，很明顯的，除非你對我們的產品真的很感興趣，否則你不會說要考慮一下，是嗎？我的意思是，你說你要考慮一下，不會只是爲了躲開我吧！（不會。）所以，我可以假設你會很認真的考慮我們的產品，對嗎？（會認真考慮）

請問你我是不是漏講了什麼？才讓你需要考慮呢！是不是因爲錢的問題？



2. 客：錢的問題，如太貴了(任何關於錢的問題都要將它細分到每天的投資額)

業：(要對客戶微笑)太棒了，我最喜歡錢的問題。客戶先生，(如這個產品雖然貴了**200元**)這個產品可以使用**6個月**，所以平均每天只多投資了**1塊錢**，你願不願意每天多投資一塊錢來讓你的皮膚更有光澤、更亮麗呢？



3. 客：現在不景氣

業：客戶先生，多年前我學到一個真理。成功的人都是當別人拋售時買進，別人買進時賣出。最近很多人談到市場不景氣，但是在我們公司裡，我們決定不讓不景氣來困擾我們，你知道爲什麼嗎?(爲什麼)

因爲今天有很多成功的人士，都是在不景氣的時候建立他們事業成功的基礎，他們看到長期的機會，而不是看到短期的挑戰，因此他們做出購買決策而成功。當然，他們也必須願意做出購買的決策。

客戶先生，今天你有相同的機會，可以做出相同的決策，你願意嗎?



4. 客:客戶拖延時(利用鮑威爾成交法)

業:美國國務卿鮑威爾曾經說過:「拖延一項決定,比做錯誤決定浪費了美國人民、企業及政府更多的時間及金錢!」今天我們討論的就是一項決策,對嗎?

假如你說好,那會如何?如果你說不好,那又會如何呢?

客戶先生,如果你擁有我們的產品,那就會...(好處)?假如你不投資,那明天就跟今天一樣,一切都沒有改變。所以顯然說好會比你說不好得到的好處更多。你說是嗎?



5. 客:別的地方更便宜

業:客戶先生，這可能是真的。畢竟在現在的社會中，我們都希望能夠以最低的價格購買到最高品質、以及最佳售後服務的產品。

大部分客戶在購買時，都會在意三件事情：產品的品質、產品的價格以及售後服務；但是我從未見過任何一家公司會以最低的價格提供最高品質的產品，就好像賓士汽車不可能賣裕隆的價格。你說對嗎？

所以爲了你長期的幸福，這三項你願意犧牲那一項呢？你願意犧牲我們產品的品質嗎？你願意犧牲我們公司良好的售後服務嗎？客戶先生，有時候我們多投資一點，來獲得到我們真正所想要的，這也是蠻值得的，你說對嗎？



6. 客:沒有預算

業:我非常了解你現在的想法，管理完善的企業必須仔細的編列的預算，預算只是公司達成目標的重要工具，而工作本身是具有彈性的。假如現在有一項產品能夠對你公司的競爭力以及未來的利潤有幫助的話，你是要讓預算來控制你，還是你來主控預算呢？



7. 客:(十倍測試成交法)(訓練課程、網路)

業:客戶先生，多年前我已經發現，完善測試一項事物的價值就是看它能否經過十倍測試的考驗。例如你可能投資在房子、車子、珠寶或其他為你帶來樂趣的事物上，但擁有一陣子後，你是否可以肯定的回答這個問題呢？你現在是否願意付出比當初多十倍的價格來擁有這項產品呢？

例如你可能付出健康諮詢費用，大大改善你的健康，或你做了形象的設計，因此讓自己更有自信及賺了更多錢，那麼我們所投資的就是值得了。

在日常生活當中，有些事情，我們想想因為這項產品對我們未來的改變，會願意付出十倍的價格來擁有它。你說是嗎？



8. 客:(不要成交法)

業:客戶先生，在世界上有很多推銷員，他們很有自信，他們有很多的理由來說服你購買他們的產品，當然你可以對他們說“是”，也可以對他們說“不”。

在我的行業(經驗)中，我學到一個無法抗拒的事實，那就是沒有人能對我的產品說“不”，當他對我的產品說“不”的時候，事實上他只是對他自己的未來幸福快樂的生活說“不”。

客戶先生，如果你有一項產品，你的客戶非常喜歡它，並非常想要擁有它，你會不會因為客戶一點點小小的問題，就不讓你的客戶擁有你的產品呢?如果不會，那麼我今天也絕對不會讓你對我說“不”。



9. 客:(經濟真理成交法，一分錢一分貨)

業:客戶先生，有時後以價格引導我們作購買的決策，不完全是智慧(正確)的。沒有人會為某項產品投資太多，但有時投資太少也有它的問題所在。

投資太多，最多你損失一些錢，但投資太少那你付出(損失)的可就更多了，因為你買的產品無法得到你預期的滿足。在這個世界上，我們很少有機會花最少的錢獲得最高品質的產品，這就是經濟的真理。(你覺得呢?)



10. 客:(回馬槍成交法)

業:客戶先生，我想請你幫我一個小忙，我是業務新手，我很想在我公司有所突破，今天我不曉得漏講了什麼，或那裏沒有解釋清楚，所以才讓你沒有購買我們全世界最好的產品？

(等客戶解釋)啊!客戶先生，原來是這裡我沒有解釋清楚，我回來再跟你解釋一遍!

<http://www.speaker-kuo.com>

