

成天追着客户跑、滔滔不绝介绍产品、三句话不离业务……

别蛮干了， 销售的最高境界是聊天



今日女报/凤凰网记者 李旦
销售，一提到这两个字，估计你的脑海中又会出现这样的情景：一身正装的帅哥或美女跟复读机一样滔滔不绝地讲他们的产品如何如何好，然后几分钟不到你要么就是想走人，要么就是昏昏欲睡。看到这里，估计有人就得站出来为自己愤愤不平了——谁说销售就一定是这样的，销售其实也高大上着呢。销售还能怎么高端，难不成还能喝着咖啡，晒着冬日的暖阳，和客户惬意地聊着天？这话你还真说对了，其实呀，销售的最高境界就是和客户聊天：聊对方的心愿、聊对方的担忧、聊如何完成对方的心愿、聊如何消除对方的担忧……

■人物连线

“业务是聊出来的”

胡朋是做高端瓷砖的销售经理，从业已经五年的他过着朋友们都很羡慕的生活：陪客户游山玩水，要不就是喝茶聊天。虽然看上去悠闲，可他的业务还是妥妥的上升着，即便现在整个市场都不景气，用朋友的话来说，他依旧混得“风生水起”。

“我刚开始做销售的时候，也是天天苦逼的追着客户的屁股跑，每次却还是碰一鼻子的灰。”胡朋说，那段时间经常说得口干舌燥，因为他每次得利用好争取来的一点时间，争分夺秒地跟客户介绍自己的产品如何如何好，服务如何如何好。然而，结果却总是事与愿违，虽然辛辛苦苦了一年，业绩却总是上不去。

后来，胡朋的销售经理带着他去了一个大客户，那一次让他对销售的认识有了彻底的变化。那次，本来是要跟大客户谈接下来一年的合作计划的，可是胡朋的上司却只是陪着客户打了一会儿的高尔夫球，正好那天太阳也很暖和，于是，大家又在会所里晒了几个小时的太阳，喝了茶，天南海北的闲聊了很久，可是就是没有提到合作的事情。胡朋中间还在想，是不是这次的合同要“黄”了，怎么大家都闭口不谈这事。然而让胡朋没有想到的是，就在大伙要离开的时候，大客户却笑呵呵地跟胡朋的上司说：“放心，合同的事情弄好了之后会叫人送过去的。”这让胡朋当时就有点傻眼了。

回去的路上，经理告诉胡朋：“其实，销售并不是要一味的推销自己的东西，首先就是要跟客户成为朋友，只有做了朋友后，才有了信任。”胡朋

他们这样看销售

销售的高境界到底是什么呢？喝茶聊天真的就能解决业务问题吗？今日女报/凤凰网记者采访了部分从事销售的人士。在银行从事客户经理的胡某说：“要搞定真正的大客户，光聊产品是远远不够的，关键还是得先有交情，因为你的产品的优势，竞争对手也会有，其实真正的竞争力是你和他们的私交。”从事联想电脑销售的李健认为，销售就是一门沟通交流的艺术，千万不要为了销售而销售，关键的是你得在

豁然开朗，也就改变了以后的销售策略。

胡朋说：“原来有机会只知道推销产品，现在有机会就跟客户联络一下感情，比如投其所好，一起喝下午茶，一起去听音乐，一起自驾游，一起去玩玩摄影等。”没想到，效果果然有了，自从跟客户交上朋友后，胡朋发现，客户对他的反感也少了很多，谈起合作来自然也就容易得多了。

“跟他们成为朋友后，还有一个好处就是可以进入他们的社交圈子，从而认识更多的人，这中间也有不少可以发展成客户的。”胡朋现在已经是销售经理了，朋友圈子也就更大了。

他每次在培训下属的时候，都会把自己的这些经历告诉他们，“业务是聊出来的，千万不要干巴巴地跟人家讲产品，尤其是我们做高端产品的，一定不能搞得像卖地摊货一样，要学会用自己的品位和个人魅力去打动客户。对高端客户，必须要靠品质去说服。而这品质，不仅是产品的品质，还包括你这个销售人员的个人素质。”



无形中让对方感受到你的真诚，而这种真诚所代表的就是你的产品的特质。不过，李健也提出，和客户喝茶聊天那是需要一定时间积淀的，不能要求所有的销售都得这样，也并不是所有的行业都适合这样。在采访中，也有部分销售认为，销售与其说是卖产品，倒不如说是卖人品，关键得看你这个人给客户的整体感觉，聊天的过程就是展示你个人魅力的时候，这是销售必须要掌握的一门学问。

■链接

销售等于聊天

真正的销售是一个愉快的聊天过程：聊对方的心愿、聊对方的担忧、聊如何完成对方的心愿、聊如何消除对方的担忧。真正的销售只有两个步骤：第一：用心了解对方的心愿和担忧；第二：运用我们的知识、产品和服务完成对方的心愿，拿走对方的担忧。

很多人以为，销售是很艰难的过程。一旦你了解销售之道，你对销售的感受会改变，销售充满压力、销售需要说服对方、销售很辛苦。做销售，不要总以为你在求别人，原来是你在做一件很有价值很有意义的事，你在为对方完成心愿拿走担忧。简单地说，你在为对方解决问题。从这种层面上来讲，销售最重要的就是共赢，让对方能够真实的感知到你给他带来的实惠。

来源：销售兵法

■职场课堂

年终总结得这样写

整理/李旦

“举头望明月，低头写总结”“洛阳亲友如相问，就说我在写总结”，随着年底的临近，各种总结、汇报材料纷沓而至，少则几千字，多则上万字，甚至年终总结还跟年终奖、升职、加薪、评优挂钩，让不少上班族深感头疼。在这里要谈谈总结应该怎么写。

误区一：“总结一定要低调”

“低调”的总结中总是贯穿着“在上级的关怀和同仁的共同努力下”、“在领导的英明决策下”这类的套话，难免让人觉得言之无物。

误区二：“总结就是要格式化”

其实，总结也是一个人思维模式的体现。因此，年终总结既不能只有客观数据、理性分析的“一目了然”，也不能是纪实文学似的长篇报道，而应该是一个有系统性的报告，既有表格、图表作为辅助，又要有清晰明朗的文字汇报。

误区三：“报喜不报忧是上策”

在总结中，大部分人都希望谈及自己得意的事，而对于错误、失误、不愉快会不自觉的避重就轻，这也是可以理解的。因此，许多人都会有报喜不报忧的倾向。

误区四：“总结就要面面俱到”

部门经理总认为，年终总

结不仅是要总结自己，而且还要总结部门情况，要尽可能全面地反映出一年工作情况。

误区五：“总结难免临阵磨枪”

年底的业务通常都是最忙的。可年终总结这时还要“凑热闹”，又要忙业务又要写总结，怎能不临阵磨枪、不草草了事？

最后介绍几个年终总结的写作小技巧。

要紧紧围绕自己

总结要遵循各司其职的原则，不要超越自己的职责范围和权限，而去总结其他人的工作成绩或失误，虽然你的工作也许会有其他部门的配合。这也是写总结的最基本要求。

要针对领导的需求

作为中层经理人的年终总结，其受众对象一定是企业的领导，还有一部分受众是平级的部门经理，有的企业普通的员工也会列席总结会。那么，此时你的总结最主要的是要针对领导们的需求。

追求图文并茂

总结如能力争做到有数据、有图示、有丰富的文字说明，做到图文并茂会比较理想。

如果有可能，不妨利用多媒体演示，让人看起来既非常专业，又非常便于理解，同时会认为你的总结非常认真和准确，同时为自己树立一个非常职业化的形象。



■资讯速递

2014 典范企业平均加薪 11.1%

今日女报/凤凰网(记者李旦)近日，前程无忧发布了2014 典范企业培训和薪酬报告，报告显示，典范企业在今年提供员工的培训课程达到10万多种，比2013年增加9,523种。在2014年上半年平均加薪11.1%，超过2013年同期的10.2%，同时有34.6%的员工在今年上半年得到晋升。

报告称，典范企业2014年的培训预算平均比上一年增长23%，去年培训预算增长10-20%的企业仅32家。与此同时典范企业普遍采用了混合式培训方式。针对不同员工，典范企业提供了结合面授学习、e-learning、实战模拟、行动学习和测试评价等不同工具和课程。

和2013年相比，虚拟学习平台使用更为普遍，这是为什么培训课程短时间内可以快速增长起来的最大原因。由于快速变化的科技正在改变企业的业务模式，不拥有最新的技能意味着落伍，今年典范企业提供的培训更注重员工适应数字化经营的能力和潜力，“学历进修”在多变的技术和经济环境下，性价比降低，典范企业普遍减少了学历培养的投入。

中国最佳人力资源典范企业评选由前程无忧发起。2014年的评选以“关怀一线员工，让工作更有乐趣”为主题，设立十大单项。评选历时3个月，评出了代表不同行业、不同规模、不同市场阶段的人力资源管理的标杆企业。