



从我们的咨询以及研究实践中得出的报告： “十六种销售失败的情况”

卓越的销售无疑是成功的重要条件。因此，了解此方面的决定因素十分钟重要。

十六种销售失败的情况

1. 不了解产品。
2. 不传播有关产品的新的消息。而只是讲一些陈腐过时的故事。
3. 忽视或疏漏了人们或者顾客的期望。
4. 只是集中于最容易接近的人—而不是老板。
5. 做销售时胡乱闲谈，任意开始，没有任何计划。
6. 没有成功地使用眼睛、鼻子、味觉、感觉或者听觉来吸引对方。
7. 忽略或者遗漏了来自生产者或工人人们的视觉教具。
8. 花很多时间说“我”而不是“您”、“您们”或者“我们”。
9. 总是试图获得一个“大的决定”而不是很多小的决定。
10. 被很多不重要的事情而影响。
11. 没有令人信服地解释缺陷—对于解释缺陷的问题没有足够的准备。
12. 可以战胜每一场争论—但却失去了客户。
13. 当走开时没有建立好相应的价值概念。

我们是在销售还是做其他别的什么事

David Ogilvy

14. 说得太多—将自己卷入并且置身于销售之外。
15. 设想顾客已经了解事实—没有作出完整的陈述。
16. 没有在所有可作抉择的人中做销售。忽略了他们中的部分人。

高级销售专家将不会对上面提到的十六点感到惊讶，这十六点可以通过使您记住您可能会犯的几大类别的销售缺陷来帮助您明白您的目的。在这些类别中，我们可以将其分为人性，特征以及陈述方面的学问。控制这些所有的方面，人们可以做的事情是

原则

意味着：充分准备，最新的，可靠的。如果一个人将销售看作是一个整个的过程，那么有效的销售就构成了过程原则（**Process Discipline**）。

销售过程一致性可以避免一种众所周知的然而我们却不愿意看到的现象，那就是“已经撞到南墙”还是继续向前走。

将左面的“如何失败”的列表转换成“如何获得销售的成功”，那么我们会变得更加清晰。

(...第2页继续)

一个“积极的”告诉销售人员“不要做什么”的列表：

- 不要通过谈话作所有的事情。
- 不要停留太长的时间。
- 不要在作出决定以后还在说话。
- 不要在一个不适宜的时间进行会面。
- 不要设想通过一次访问就已经知道了。
- 不要使用奇怪的演讲或者很特殊的习惯。
- 不要讲述消极的故事并停留在此。
- 对于不好的评论或者缺陷不要听而不闻。



“仅有的利益中心就是我们的客户” (Peter Drucker)

一个有事业心、好学的销售人员还可以无限制地增加“不要做什么”列表作进一步的实践，并时刻在头脑中记住：过分地否定可以纠正错误。当其他一些方法使得工作失败时，他们下意识地很顺利地使用这些方法。

详见 Peter R. Smaltz, 销售技术 – 一种有效销售的“魅力”; Littlefield, Adams & Co.; Paterson, NJ; 1959.

若想了解有关此方面的更多信息或服务
请写信或者电话联系我们
我们欢迎您的意见及建议！

为您提供内部培训
增强销售能力
获得更多利润！



www.logicon-europe.com

LOGICON 管理、组织、技术咨询公司
Am Priesterberg 11 – 13465 Berlin – GERMANY
电话: ++49 30 437316-23 或 ++49 30 437316-24 传真: ++49 30 437316-25
e-mail: info@logicon-europe.com

BDU LOGICON 是德国管理咨询协会 (BDU) 的会员之一