

理財周刊 <利潤先生開講>

96年6月21日 ERA Taiwan簡報資料

成功的業務員莊大維站在碩大的舞台上，吸引上千人的欽羨眼光並接受年度最佳業務員的榮耀，一如往常，得獎人發表演說「我為了想要有成功的銷售，我每天以正面積極的認真態度朝目標邁進。因為我對我的所得不滿意，與其得過且過度日，不如選擇接受挑戰，畢竟所花的時間都是一樣。現在就做，你也可以。」

莊大維連續三年當選公司風雲業務人員，他私下告訴我，他剛進入產業時，每天進行15~20通的電話銷售，就這樣過了35天，才做了第一筆生意，接下來的半年，不論他多努力

時，也要守住老客戶的心，確定他們了解你所提供的新產品和服務，才能增加獲利廣度和深度。

要銷售成功，成為優秀的業務員，不妨積極與成功的人往來，遠離負面心態的人，想像自己成為頂尖的人，不斷練習與自我積極對話。你的情緒決定你大部分的時間如何與自己對話。藉由學習與自己相處，找出並坦誠面對自己最脆弱的地方，然後訂定實踐計畫，搬除阻礙你邁向成功的石頭，這樣便能在所處的領域表現優異。

我把「SALES」「業務」這個字，從其英文字母著眼，對

利潤先生開講

走出銷售額 悟得業務心經

文·葉益成

打電話，平均27天只能成交一筆，最後他索性改以掃街的方式，每天拜訪10~15個潛在客戶，平均20天卻也成交了一筆生意。就這樣子，在往後的業務活動和競賽，他的業績出現爆發性增長，成長了60%。這印證了，業務人員若沒有經過反覆拜訪和被拒絕的歷程，就無法發展出屬於自己的業務必勝絕技。但業務要做好，多走動、多拜訪客戶的「行」銷方式是遠比在辦公室「坐」銷效果大很多。一般而言，「行」銷比「坐」銷增加20~40%的業績。

很多企業忙到沒有時間去接更多的業務，至於行銷更認為現在並不需要。這種情況往往等到業務走下坡時才從夢中醒來，當你在忙碌服務顧客時，就是你必須加強行銷的時刻。因為「花無百日紅，人沒百日好」，美好的一切，總會有結束的一天，永遠做行銷才能常保獲利。

達不到業務要求，常是因為拜訪量達不到一定的標準。若拜訪量夠，業績仍不好，就該檢視簽約數與拜訪量間的關聯。如果簽約率低，說明目標客戶或銷售技巧待改善，就應專注在專業的訓練和輔導。若簽約率符合期望，則須進而分析每一銷售金額和客戶組合，以求取更高的獲利。

行銷既然首重在主動尋找客戶，企業應讓銷售人員盡量有更多的時間接觸和拜訪客戶。不論你是透過大量的電話拜訪、電子郵件、傳真和信函等等，與客戶接觸越多，業務就越好。如此，隨時且持續的做行銷，讓你的潛在客戶認識、認同你的產品和服務。此外，在擴展新客戶的同

成功的業務員做了另一種詮釋：

S：Self confidence（自信）。相信沒有人會比你更好，而且沒有人會比你聰明，正所謂：別人能，我也能；我能，別人不一定能。當你洋溢著自信和熱情，以自己的產品和價格為傲，銷售便變簡單了。

A：Adviser（建言者）。業務，你的名字叫顧問。視自己為客戶的顧問和寶貴的資源。在與每個客戶的互動中，把自己當做對方的顧問。

L：Leveraging resource（善用資源）。資源不限於自己本身所具有，好的業務員善用公司、個人與所認識的人的資源，你見的人越多，業績就越好；但也別把時間浪費在非準客戶、非優質客戶的身上。

E：Eliminating resistance（排除客戶抗拒）。抗拒表示有機會，學習如何面對任何恐懼—恐懼失敗和恐懼被人拒絕，進而解決銷售對話中客戶的猶豫不決。

S：Signing off Agreement（簽訂同意書或交易）。銷售成功是屬於敢大膽要求的人，特別是屬於那些會要求客戶簽訂同意書、進行交易的人。

成功的銷售是沒有極限。身為業務的你站在公司生存與否的決定性位置，只要你自己對銷售不設限，企業的獲利自然就無限。（本專欄作者為中華毅業總裁暨ERA毅業國際顧問組織亞洲區負責人，中華成本管控學會理事長；era@era-tw.com; www.expense-reduction.net）