做销售，很多人一直在思考，到底多长时间为一个最佳的谈判的过程。有些人可能过度了，然后把对方搞懵了，然后说：那算了，我今天太累了，不谈。对吧？有很多人是说节奏没安排好，里面的内容没安排好，然后都会影响我们的close的时间。所以这个一节我们来聊一聊，怎么最好的时间控制好，能让我们的谈判效率非常高，然后最终能拿到我们的预订的结果。那我们来想一想。

比如说，今天这是一个第一次见面的客户，我们做了充分的准备，我个人认为是如果从一个精准的客户，从见面到close，到最终的签单收款，正常的时间大概一个小时左右。

那么这个一个小时怎么去把它分解？以我过去实战的经验来看，我们认为呢，你的PMP花个两三分钟，做一个轻松的开场白，让客户认知你的今天过来的一个目的，然后也认可你这个人，说：唉这小伙子不错。然后呢，我们谈完这些事情之后，我们是先卖自己的产品，还是说先了解客户的情况？

那我在前面也聊过，就是说，先要去了解客户的情况是怎么样子的。就比如说，客户有没有使用过我们竞对的产品？使用的情况怎么样？如果他没有使用，对这个行业他是什么想法？或者说他对这个产品、对这个服务，他有些什么样的期望、或者他有一些什么样的认知？或者他现在的公司的情况是怎么样？我觉得这件事情，正常的情况是花个10分钟的时间就够了，就进行一个深入的了解，然后把客户的一些他认知的东西用笔记本记下来。好记性不如烂笔头，这是这个十分钟要做的事情。

好，那么这个10分钟做完以后，我们正常的流程就会进入第二个流程，就是说这个时候，你就肯定会针对性的把我们的产品或者我们的服务，要跟客户进行一个介绍。那这个大概花多长时间？介绍自己的产品，正常的大概10到15分钟，就人的正常的接受度，能听你讲十分钟其实已经很不错了。这个是一个很好的时间控制。

好，那你的东西讲了，沟通了，如果客户对你感兴趣，他一定会有一个互动。就说：哎，这个东西是怎么意思？哎，这个事情是什么意思？这个为什么是这样子的？哎，这个功能是怎么样？针对这个功能，有没有新开发用的功能啊？或者等等的。所以在客户互动的过程中，可能又有10分钟到15分钟左右。但这里有一点要注意，很多的sales，会出现一个最大的问题，就是比如说：我在推我的东西，然后客户在问一些问题的时候，大部分sales会不直接针对客户的问题进行回答，就是他会避而不谈这件事。

最后变成他说他的，客户说客户的了，这种情况是致命的问题。比如客户在问，说：“哎，小王，你看你们公司产品的这个功能可以设计吗？”她说：“哎，王总，我们只有这个功能。”这是一种还好的回答。还有一种回答是说：“哎，小王，你看你们这个产品这么贵，别人产品3万，你们要6万块钱。”“啊，王总，我们这个东西很便宜的啦。”就这个是牛头不对马罪。人家已经在讲你这东西很贵，你应该去跟别人说：“王总你觉得哪里贵呢？”这个话，其实他就是想把他的那个6万块钱强塞给客户，而不是针对去了解客户为什么问这个问题，他问这个问题的背后的逻辑是什么？是什么原因贵呢？

他可能的认知说哎，那个人卖3万，你的东西卖10万，为什么？我就觉得当然很贵了。

“你看，王总是这样的，这个功能他有的，我也有。这个功能我有的，你看它没有。那么，你看，我就这个功能，节约了你的成本开支，大概节约了多少，你看它的功效是能提高这么多倍呗。然后呢，你看这个营销的工具，给你带来多少流量的，光这件事情，我们就做了很多的改进。然后在这些上我们又做了哪些改进，为你带来未来生意订单的机会。那么这件事情我们是不断的在推陈出新，那我不知道我们竞对是怎么样子做，但是我告诉你，我们是在这样子做的，我们的目的是为了让客户，比如说投了3万块钱，他能未来产生三十万、三百万的价值。”那么，这个话跟客户一沟通，客户就会怎么样？客户就会认可了你的价值，这个价值是很重要的。这个价值是客户多掏钱，他觉得你跟另外一个A品牌的、不一样的价值在这里。

那这样的，客户就听了很开心。就是比你简单粗暴的说：啊，我们有很多人买了，你看我们卖得很好啊。你卖得很好，那你来找我干嘛呢，你来找我，要我认可你的价值，那为什么卖得这么贵嘛？那我就想了解为什么嘛？那你应该告诉我为什么吧？那你不能说，你的为什么就是理所当然的，别人买了我就要买吗？别人买了飞机，是不是我也要买飞机呢？你今天要针对我的这个问题，让我很有价值感，然后觉得，哇是是是，确实是，贵了3万块钱，确实是有价值的。

那么这个时候，客户就认为你这个回答是非常到位的，是他愿意花钱买单的。这是我们讲的，你在跟客户沟通的这个过程中，你的认知和他的认知是要同频道，他的问题你要非常小心、非常系统化、或者是价值化得去传递过去。其实我们每个人卖东西就是卖价值，比如说宝马卖的就是驾驭的快感，就这么简单。

所以这是我讲的一个观点。当今天只有你的东西跟别的是完全不一样的时候，并且能给他创造更大的价值，我们叫销售新商业价值，你原来是这样的价值，然后经过提速以后，你突然之间变成这样的价值了，你是为这个价值买单的。

我们永远记住一件事情，就是做销售就是卖价值。最差的销售是卖什么？就是卖产品，二类销售卖的是什么？二等销售卖的是理念。

“啊，你看王总，我们现在新时代啦，我们应该是这样做啦。我们应该怎么样。”今天你去影响一个可能久经沙场的人，应该？什么是应该的？他比你还懂。最高的销售卖的就是价值。

一种服务，它值1万块，他也有机会值100万。那100万是什么？那100万就是价值。就是这么一个事情，会让你发生什么变化，那个变化所带来的价值是什么？然后回过头来，他认可了这个价值，他就掏钱买单，就这么简单。

比如说买一辆宝马的车子，它为什么值那么多钱？值几百万呢。就是卖的是价值。

好的，了解客户的实际情况10分钟，然后你再介绍你的产品，可能是花了10分钟，然后交流和探讨，可能花了二三十分钟，那么这个时候加起来花了多少时间？就是50分钟，加上你的开场的时间，可能两三分钟，就50多分钟，那么一定要留20分钟的时间做什么？做close。

因为今天你来就是要去干这件事情的，这件事情就是你今天的目的。别忘记了。往往很多的人就没有用好后面的20分钟，为什么没用好？80%的人是浪费掉了。

老板说：“噢，那小王，你看我今天都了解了，那我考虑一下可以吗？”只要你说yes，也就失去了close的机会。

“好吧，那王总，你看我们今天也聊得差不多，那你看什么时候我们再聊一下。”那王总说，给我两三天的时间考虑一下可以吧？好的，是两三天，坏的是什么？“那这样子，小王我考虑一下。好不好？”他也不告诉你哪一天。然后其实你心里很想说点什么呢，大部分的sales是想说又不敢说。

“那要不，你看，王总，今天我们聊了这么多，那要不就算了吧，那我们就下次吧。”这是一种，这种人占大多数。那还有一种top sales怎么做的？

“你看王总，我们看，聊得这么好，对吧？你也认可我们的价值，这个价格你也能接受，要不我们就把这个事情定掉吧今天。反正我们也谈了这么多，你看你也很忙，那如果下次我也不知道什么时候能见到你，对吧？如果你一忙，就你把我忙没了。今天我们就把这事情定下来，我们接下来就做服务啦”

王总说，“哪有这么快的，你看我今天才第一次，知道你的产品对吧？”“是，王总你讲的都对。那我的想法是这样子的。你看，如果今天我离开了，我再给你微信微你的时候，我讲多了也不好，我不讲也不好。因为你不会找我主动地说：小王，过来签单吧。我已经看到未来是什么情况了，王总。就这样子，我呢，还是建议我们工作高效一点，你看你也这么忙，今天都花了一个多小时听我啰嗦的，那我们就把它定下来呗，你是不是还有什么顾虑？如果你有顾虑，那我们就把你的顾虑解决掉。”

这些话往往很多的sales是不敢说，我总是想一件事情，你干嘛不说呢。也就20分钟的时间。你说了，你心里所有的未来可能担心的问题，你全部把它抛出来了，让自己今天离开这家大门的时候，自己心里不沮丧，自己心里不难受，为了让后面没有太多的纠结，还不如一次性大家爽一点。有什么关系呢？好客户是close不死的。记住，这个世界上没有发现过好客户，是不能把它close死的，就是他不干。他们该买还是会买。

他并不会因为因为你做了这件事，讲了这些话，他就看不起你，他就不做这件事情，不会的。我们很少会发现这样的客户，大家都很理智。特别做生意的人，都是以利益为第一要素，他是不会说我能赚钱的生意，我能提高我工作效率那么多倍，我能通过这些事情能影响我的企业，能去改变我的这个工作效率，能去提升它，反而会欣赏你：嗯，这小伙子不错。你哪里的？今年多大了，要不要到我公司来上班？他不是用一种愤怒或者说不爽的心情去看你，所以这个20分钟一定要咬紧牙关，哪怕前面你不会做，就测试个20次没关系。就哪怕这20个客户全部被你弄死掉，至少第21个客户你是成功的。你可以训练自己这个能力。

这个20分钟影响力有多么大的一个差距，这个做总结的话，我是第一次讲，我相信很多的人根本从来就没思考这个问题。这20分钟的时间，就因为一个老板说：“我考虑一下吧。”“好吧。”就这么两个字。怎么毁的？大家去想想，但凡这样子谈的很好的，你这次离开了。后面再跟进签单率有多少？

我跟你们讲一个基本的数据，但凡这种情况说“好吧，我考虑一下，我下次再联系你吧”这么好的状态的客户，到后面签单率不超过10%，如果我们每天一天谈五六个客户的话，每天至少有一个客户说：好吧，我考虑一下吧。一个月22天，一百多次的谈判，一个月就签那么2到3单。有多少最终成交了？我看到的数据不超过10%，一个A类客户，变成了B，B变成C，C变成了D，最后公开了让别人去签掉了。这种情况数不胜数。也许别人也没签掉。就是因为别人没签掉，因为你身边的同事大部分人都是这样子的。客户说好吧，那就好吧。除非是碰到了两个Top Sales，捡到了这个后，他有可能就直接把它close掉了。那个80%的人，90%的同学都没有办法签掉。

我记得以前我们公司有一个人，叫陈国环的，他以前在宁波跑客户，客户说：你们已经来了很多人啊，15张名片了。他说，因为你还没签掉，所以我们继续来，来到你签单为止。最后呢，客户也签掉了。是因为那个客户说：再不签掉，后面有无数的人来close我。那为什么不是第一天就把他close掉了。

就是我们今天去反观这件事情，就是如果只有10%的最后成交，和你有一百个客户用这种方法，去现场close，我可以告诉你，你用这套方法至少有25~30%的可能性，而且你还可以不断的提升你自己的战斗能力和最终的close能力。

你只要这样做了，我告诉你，今天哪怕失败了，明天我失败了，你放心好了，只要还是好客户，你就现场能成交的概率比再次去跟进签单的能力，要强很多很多倍，

很多人的话，就是因为怕怕怕，因为好吧，害了自己，其实根本就不好。他只要讲完这句话，他就恨不得掌他自己一百个嘴巴，他出门了以后，如期那么懊悔，你干嘛不现场做一个了断呢。人生活在世上，干吗就那么痛苦。做个销售做成那么悲催的一件事情。我可以告诉你们，我做销售很爽的，我很快乐很开心，我每天见三家客户轻轻松松的，我三家全部是好客户，要么是A类签掉，要么是直接变成D类，这就是我的效率为什么这么高。

好，这是我跟大家讲，你现场做这件事情，你有可能是25~30%的成功概率，针对一个好客户。如果你不现场close，你说好吧，这件事情在二次三次跟进能签单的不超过10%，而且还浪费大量自己的时间，啊，再次跟进，然后自己很郁闷，自己焦虑，就是不停的骂自己，说我怎么这么这么这么没用，我怎么不敢这样子干这件事情！ SO TMD WHAT！又怎么样，你就跟他CLOSE嘛，又怎么样子呢，你把他搞死了又有什么关系呢，大把的客户在等在那里，中国有这么多家企业，有这么多的市场在那里，你有什么好怕的呢？有什么好担忧的？你为什么非不让自己做销售做得爽一点？我就把客户搞死了，我也觉得很爽，哦这个客户终于我知道了，他就不是个A类客户，他就是个D类客户。

我就用那套方法直接测出来：你有没有需求，有钱。有需求，为什么不签单？不签单，原因是什么？把原因找到，直接现场解决，直接成交。大家干吗做一个低效能的人呢，你也是个成功的人，我也是个成功的人士，大家成功。那都成功的，那我们就做成功的事情吗？干嘛做不成功的事情呢。

好，这是我想跟大家总结一个有效的控场的内容和时间。

好，那我们来回顾一下这堂课的内容，首先是一次高效的谈判的过程，应该包含哪些东西？开场白3分钟，了解客户的实际情况。10分钟，然后介绍自己的产品，10分钟，交流讨论，20到30分钟，CLOSE 20分钟，那么加起来大约一个小时左右的时间，60到70分钟左右，其中每一部分都很重要。然后最重要的是最后20分钟提出签约，并且要达成成交的这么一个动作。

关于这部分的细节，我会在下一期里详细与大家分享。好的，谢谢大家。