

ANC 销售宣言

我们坚持以诚信守护客户、公司与品牌

核心理念：真正的销售冠军，是用诚信赢得尊重，用责任创造长期价值。

第一部分：为什么正直是销售的终极竞争力？

一. 数据说话

- 客户忠诚度研究：诚信服务的企业客户留存率提高 **60%**（哈佛商业评论）。
- 信任的价值：**79%**的客户因信任中止与不诚实销售的合作（Edelman 信任报告）。

二. 长期 vs 短期

- 欺骗性销售：短期成交→客户失望→品牌声誉受损→市场萎缩。
- 正直销售：建立信任→复购+转介绍→品牌溢价→可持续增长。

思考题：你希望客户提起你时，是说“他值得信赖”还是“小心被他套路”？

第二部分：销售正直性的三大支柱

一：为客户着想

行动准则：

1. 问诊而非推销

“您最希望解决的核心问题是什么？”（挖掘真实需求，而非强塞方案）

2. 敢于说“不”

当公司方案无法满足客户需求时，坦诚告知并推荐更合适的资源（哪怕竞争同行）。

3. 透明定价

清晰解释价格构成，隐藏费用=信任炸弹。

4. 售后责任

成交后主动跟进效果：“您对解决方案还有哪些疑问？”

反面典型：

过度承诺功能、隐瞒缺陷、强推高佣金但低匹配度产品。

二：为公司负责

行动准则：

1. 合规红线意识

绝不伪造数据、贿赂客户、攻击同事抢单。

2. 成本敏感度

为客户争取合理折扣时，同步评估公司利润健康度。

3. 风险预警

发现客户潜在风险（如付款能力下降），主动上报协同风控。

4. 信息资产保护

保密客户数据、公司战略、定价模型，严防泄密。

反面典型：

为冲业绩默许客户造假、私藏客户资源谋私利、诋毁公司政策。

三：品牌保护

行动准则：

1. 你=品牌代言人

客户通过你的言行判断品牌可信度（哪怕朋友圈吐槽也代表公司形象）。

2. 直面问题不回避

若产品失误，主动沟通补救方案：“这是我们的责任，正在紧急修复”。

3. 传递品牌价值观

举例：

1）我公司产品主张“节水、节能”，避免推荐高能耗、浪费水（比如定时灌溉情况下，方案设计时一定要考虑雨检传感器，避免下雨浇水）的解决方案；

2）我公司主张无线控制，避免推进须预排线路的解决方案。

4. 抵制负能量传播

不散播内部矛盾、不参与损害品牌声誉的讨论。

反面典型：

为安抚客户承诺无法兑现的补偿、私自使用客户案例做虚假宣传。

除了以上三大支柱，销售正直性的实践方法也很重要：

一. 沟通技巧

1. 开诚布公的沟通

在与客户交流过程中，保持真诚和坦率，不夸大产品优势，不回避产品缺陷，以建立客户的信任。

例如：在介绍产品时，可以主动提及产品的适用场景和局限性，让客户对公司产品有全面客观的认识。

2. 倾听与反馈

学会倾听客户的意见和建议，给予及时有效的反馈，让客户感受到被重视和尊重。

案例：在客户提出对产品的改进意见时，认真记录并及时向公司反馈，同时向客户反馈公司对意见的处理进展和结果。

二. 决策支持

1. 提供充分信息

在客户做决策前，提供全面、准确的产品或服务信息，包括功能、性能、价格、售后服务等，帮助客户做出明智的决策。

例如：制作详细的销售资料，如产品手册、案例分析、客户评价等，供客户参考。

2. 专业建议与引导

凭借专业知识和经验，为客户提供建设性的建议，引导客户选择符合其长期利益的方案。

案例：当客户在多个产品选项中犹豫不决时，根据客户的实际需求和预算，分析各产品的优缺点，为客户推荐最优的解决方案，做好详细文本，并解释推荐理由。

三. 持续跟进与服务

1. 售后跟进

产品或服务销售完成后，持续关注客户的使用情况，及时解决客户遇到的问题，确保客户满意度。

例如：定期回访客户，了解产品运行是否正常，询问客户在使用过程中是否需要进一步的帮助和支持。

2. 价值再创造

寻找机会为客户创造更多价值，如提供产品升级、增值服务、行业资讯等，巩固客户关系，促进客户的长期忠诚度。

案例：根据客户的业务发展，主动告知公司新推出的相关产品或服务，帮助客户提升业务效率或拓展市场。

第三部分：实战场景模拟训练

场景	非正直做法	正直解决方案
客户要求虚开发票	行，但要多收 5% 手续费	抱歉，这违反财税法规。我为您申请正规折扣流程？
对手产品比我们便宜 30%	他们的材料偷工减料！	他们的成本控制确实优秀，但我们的核心优势在： 1. 我们所用材料质量绝对经过严格筛选，坚决杜绝残次品用到我们产品中；例如：我们控制板上的每一个元器件的采买都有严格的流程，芯片用的都是国际知名品牌，而且必须从原厂或一级代理处采买；只要用户正确安装和使用，可以保证 5 年以上使用寿命。 2. 我们开发部拥有强大的研发队伍，从 1998 年就开始研发无线智能灌溉系统产品，系统软硬件每个板块都有专门工程师负责，开发出来的软件程序完全拥有自主知识产权，每一款产品的程序都经过多年市场检验，运行稳定可靠。

场景	非正直做法	正直解决方案
对手产品无线传输距离比我们远	他们虚假宣传	对手产品： 他们产品单层距离可能远一些，如果主机到分机、分机到阀 Lora 通信模式，最远距离 1.5Km+1.5Km=3Km，但他们没有中继功能；而且 Lora 无线传输数据量少，不适合应用于大数据的双向传输。 我们公司产品： 主机到服务器 4G/5G.WIFI 通信； 主机到分机 915Mhz 双向无线通信，传输数据量大，单层传输可视距离可达 1000 米，利用分机中继功能或独立中继分机，多层最多可以传输 4Km。
对手有线的产品比我们的可靠	他们虚假宣传	对手产品使用有线，直观感觉上好像有线比无线产品更可靠，但实际上： 1. 在开始阶段施工排线成本高、花时长； 2. 在产品使用一段时间后因线路老化，动物啃咬等导致产品无法正常使用，维修成本高昂。 我们产品： 1. 本地分机保存定时灌溉计划表，即使与主机短暂失联也能正常灌溉； 2. 本地分机保存湿度控制计划表，即使与主机短暂失联也能正常灌溉； 3. 分机有用户指定路径和自动寻找路径两种功能，可以保证最佳通信路径。 以上这些是否是您优先级？

总结

销售正直性是销售工作的灵魂所在，是建立客户信任、维护公司利益、铸就品牌形象的关键。每一位销售人员都应深刻领会并践行“为客户着想、为公司着想、维护品牌保护原则”的理念，在日常工作中注重沟通技巧、决策支持和持续服务，通过科学的评估与激励机制不断提升自我，为实现个人职业发展和公司长远目标而努力奋斗。