

企 業 管 理 叢 書



國際中文版獨家授權

18

高明的業務員把顧客變成伙伴

銷售專家的 王道推銷法

※經營顧問阪本亮一／著※陳蒼杰／譯



世 茂 出 版 社
SHY MAU PUBLISHING CO.

企 業 管 理 叢 書



18

銷售專家的王道推銷法 定價170元

著 者 ☐ 阪本亮一
譯 者 ☐ 陳蒼杰
編 輯 ☐ 黃敏華、羅煥耿、賴如雅、莊素韻
美 編 ☐ 陳麗真

發 行 人 ☐ 林正中
出 版 者 ☐ 世茂出版社
負 責 人 ☐ 簡泰雄
地 址 ☐ (231) 台北縣新店市民生路 19 號 5 樓
電 話 ☐ (02) 2183277 (代表) · FAX : (02) 2183239
劃 撥 ☐ 07503007 · 世茂出版社帳戶
登 記 證 ☐ 行政院新聞局登記版台業字第 3208 號

電腦排版 ☐ 龍虎電腦排版股份有限公司
印 刷 ☐ 三華彩色印刷公司
初版一刷 ☐ 1995年(民84)6月
二刷 ☐

できる営業マンはお客を味方に変えている
DEKIRU EIGYŌMAN WA OKYAKU WO MIKATA NI
KAETEIRU written by Ryoichi Sakamoto
Copyright © 1994 by Ryoichi Sakamoto
Original Japanese edition published by PHP Institute, Inc.
Chinese translation rights arranged with Ryoichi Sakamoto through
Japan Foreign-Rights Centre/Hongzu Enterprise Co., Ltd.

PRINTED IN TAIWAN
合法授權●翻印必究

●本書如有破損、倒裝、缺頁，敬請寄回本社更換，謝謝！

企 業 管 理 叢 書



國際中文版獨家授權

銷售專家的 王道推銷法

高明的業務員把顧客變成伙伴

經營顧問阪本亮一／著

陳蒼杰／譯

序——我所實踐的王道推銷法

自古及今，沒有比當代更期待業務員的縱橫馳騁了。景氣愈惡劣，業務員的活躍愈被寄予厚望。業務員的肩上可謂扛負著公司的期待。

無論景氣如何低靡，也有好景好況的公司。但縱使是生氣勃勃的企業，仍對業務員甚為倚重。畢竟不管景氣好壞，業務員的工作就是「銷售」。

空前的好景氣已成過眼雲煙了。泡沫已經破滅，景氣疲軟不振，消費者對商品的選擇突然變得嚴苛了。

與泡沫時期相較，如今想推銷保險已經不那麼容易了。此事使我深感困擾。我一直在思索、精研、嚐試錯誤。結果，自一九九二年初一切才又有了起色。一九九三年我的業績超過了泡沫時期的鼎盛期。

我克服不振的方法有四：

- 一、採取「攻勢銷售法」，亦即在精神上絕不認輸。
- 二、採取「徹底使用智慧」銷售法。欲打敗競爭對手，非得發揮與生俱有的智慧力

量不可。

三、採取「善用個人特色、服務到家」銷售法。我天生對人「體貼周到」，因此我徹底運用自己的這項特性。曾有某位董事長格外欣賞我這一點，他曾說我使用的是「使顧客感激備至的銷售法」。

四、使在泡沫景氣時期怠忽下來的銷售活動，回歸到「基本的原點」。

同時，又使「贏得顧客的信賴」、「提升行動力」、「砥礪知識」、「經常開發新客戶」等基本，再度回歸到原點，努力不懈地忠實實行。

所謂推銷的王道，就是將此四種方法徹底貫徹，絕不半途而廢。所以我的業績又開始往上攀爬了。

本書是由我的王道推銷法整理而成，我相信，對每個人和我自己而言，將來遭遇困境時它會是「最好的教科書」。

明治人壽大阪營業室主任

利腦深耕研究所主任

阪本亮一

目錄

- 序——我所實踐的王道推銷法／3

第一章 只有「不凡的業務員」能存活

13

- 1 不景氣時才能顯出銷售的真正價值

15

- 不採守勢而採攻勢的銷售法／15

- 發揮智慧／16

- 展現個人特色、服務周到／21

- 墨守成規無法提高業績／25

- 2 毫不留情的業務界 28

- 業務員是憑實力圖存／28

第二章

活用個人的特色、引發工作意願

51

1 活用個人的特色 53

- 「不凡的業務員」改善基礎能力的五個要點／30
- 不凡的業務員與平庸的業務員的「不同處」／31
- 愈能幹的業務員愈有「行動力」／33
- 從「行動」發展為「考動」／36
- 養成思考的習慣／38
- 是否擁有獨創力？／42
- 提升營業活動的「生產性」／46
- 何謂個人的「特色」／53
- 以利腦深耕砥礪自己，培育部屬／59
- 以利腦深耕開創新能力／61

2 缺乏強烈的「意願」，什麼都賣不出去 66

- 喚起長期、中期、短期的「工作意願」／66
- 探索自己的利腦／70

3 使自己奮發向上 86

- 以「正面志向」構想／86
- 相信自己的「推銷力」／87
- 使自己的想像儘量宏大／90
- 逐一設立新目標／91

4 使怯懦的自己恢復「工作意願」 93

- 頂尖的業務員也有煩惱／93
- 回想成功時的自己／95
- 熱中於工作／96

第三章 不凡業務員的基本

- 如何克服不安／101
- 在工作中找尋榮耀／103
- 人人都會遭遇障礙與逆境／104
- 失敗是業務員的正面傷口／108
- 耐性足以產生奇蹟／109

1 提升營業力 119

- 善用時間的方法／119
- 減少往來的交通時間／121
- 熟知「自己的商品」／122
- 磨練第六感／125
- 提供客戶的所求／128

2 成爲受期待的業務員 136

- 研究個人的「附加價值」／136
- 將贈物提高到「高附加價值」／139
- 培養使客戶鼎力相助的吸引力／141
- 第一種吸引力——「贏取信賴感」／142
- 增加第二種吸引力——「附加價值」的方法／147
- 提供大的附加價值——「人脈」／150

• 爲了客戶建立智囊團／153

• 業務員也常被當作智囊／157

• 你是否能讓顧客覺得十分具有「吸引力」？／160

3 擁有新客戶開拓力 168

- 不景氣正是對新客層挑戰的機會／168
- 新客戶開拓的基本在於闖門訪問／170

第四章

理解並利用銷售的陷阱

187

• 闖門推銷能培養「銷售基本力」／172

• 介紹推銷效率很高／175

• 當前的買客就是下一位潛在客戶的介紹源／179

• 喚醒沈睡的客戶／180

• 職域推銷效率高／181

• 指導新客戶的開拓／183

1 不凡的業務員也是處理申訴的高手 189

• 逃避申訴將付出很高的代價／189

• 對應申訴時，首先採取的步驟最重要／191

• 有時需自掏腰包維護個人信譽／195

2 銷售工作必須考量貨款的回收問題 199

• 對方是否為應交易的對象？／199

- 「公司」最不可信賴／202
- 沒有契約書也能成立契約／204
- 避免「掉入陷阱」的檢查重點／205

第一章

只有「不凡的業務員」能 存活



1 不景氣時才能顯出銷售的真正價值

●不採守勢而採攻勢的銷售法

現今的推銷環境確實非常惡劣。但可能也有非常多的人以環境欠佳為實，而不認真賣命地推銷。我個人就認為，我自己也曾據此而多少有些怠惰。未在推銷上精研工夫，而一味地咎責景氣失調，當然無法賣出東西，徒然使自己陷於消極。因此我深深作了自我反省。

自從景氣滑弱後的一年餘期間裡……到一九九三年初，我始終因推銷成績低落而氣餒。由於客戶的公司經營陷入危機，解約的事件此起彼落，遑論有新的保險客戶加入了。但無論我何等沮喪、懊惱，也沒有人會同情我、幫助我。可是為了維持自己及家人的生計，如此萎靡不振根本無濟於事。因此，我首先試圖改變自己的情緒，將陷於「守勢」的心理改變為「攻勢」。

我的客戶都屬十分良好的客層，其中很多是不動產業界的公司或電腦的相關公司。