



一滴墨水引发千万人的思考 一本好书改变无数人的命运

推销的

TUI
XIAO
DE QIZI
ZHENJING

7字真经

张立光 / 主编



本书从七个方面系统介绍了推销的实战技能，通过精辟通俗的分析，全面论述了推销的原则、方法以及各种技巧，堪称金牌推销员的制胜真经。一旦你掌握了其中的精髓，就一定能够轻松面对推销工作中遇到的种种挑战，使你尽快走向事业的巅峰。

中国纺织出版社

推销

TUOXIAO DE QIZI ZHENJING

的

7 字真经

张立光 主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

随着市场经济的发展,推销员的队伍越来越大。在顾客有限的情况下,每个推销员将面临更加激烈的竞争。因而,如何更快更好地做好推销工作,直至成为推销高手,对业务人员来说,比以前任何时候都紧迫。本书从推销的具体方法入手,从7个方面系统地阐述了推销制胜的关键因素,为广大业务人员提供了一套全面、实用的成功推销方法。

考虑到读者群的独特性,本书尽量不用那些过于艰涩的理论,而是侧重于可以现学现用的实战方法,并从人性特点着眼,说明在现代市场条件下,如何对待他人、如何约束自己才能取得更好的业绩。可以说,它所告诉读者的不仅是推销技巧,同时还有为人之道与处世智慧。

图书在版编目(CIP)数据

推销的7字真经/张立光主编. - 北京:中国纺织出版社,2008.
10

ISBN 978 - 7 - 5064 - 5191 - 8

I. 推… II. 张… III. 推销 - 方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 081966 号

策划编辑:李秀英 责任编辑:高振亚 责任印制:陈 涛

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

大厂回族自治县彩虹印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2008年10月第1版第1次印刷

开本:700×1000 1/16 印张:17.25

字数:232千字 定价:29.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

前 言

推销是一项事业，也是一种生存艺术，更是快速抵达成功的电梯。许多人正是从推销员起家，最终成为万人瞩目的风云人物——亿万富豪、企业巨头、政治要人。推销已成为不少有志者梦寐以求的职业，因为它代表的是一种奋斗、尊严、高收入、充满竞争的机遇。

但是，世界上没有肯定能够成功的行业。同样是推销员，有人整日奔走于高楼大厦之间，满身汗水，费尽唇舌，但却只能拿到微薄的薪水；而有些推销员却大不一样，他们衣着华贵，身价百万，轻松开展各种业务，财富与地位快速上升。是什么原因造成如此大的差异呢？

不论你是一位阅历丰富的推销人员，还是刚刚步入这个行列，如果你有此困惑，或者在开展推销工作的过程中觉得有点力不从心，或者希望自己也能尽快成为风云人物，那就必须学习本书所介绍的这7字真经。

勇：人的行为是受思想与心态左右的，有什么样的思想和心态，就会有怎样的行为与结果。身为推销员，要想纵横驰骋，战无不胜，便应有“君临天下”的王者心态。随后，你会发现，思想、心态本身就是一种技巧，就是一个最大的推销秘诀。

韧：很多时候，“面子”就是虚荣的外衣，当一个推销员披着这件外衣时，就会被它压得透不过气来，更别说拥有好的

业绩了。因此，我们必须摒弃“害羞”、“脸皮太薄”的推销习惯和风格，练出过硬的心理素质，这样才能拥有真正的尊严。

舍：古人云：意欲取之，必先予之。世间之事，总是有舍才有得。舍的多，就得多；没有舍，就不会有得；舍的少，得到的也会少。这是中国历代先人留给后人的大智慧。在推销中更是如此，想钓鱼就得舍得下饵，否则，很难有大的收获。

情：人与人之间之所以距离远，是因为心远；之所以距离近，是因为心近。人都是有感情的，为了一份情义，人可以不惜一切地去付出，去回报。推销员如果能抓住这一点，在推销过程中为客户附赠一份人情，那么你将拥有一座取之不尽的金矿。

细：没有精彩的细节，就不可能有壮观的整体。推销的过程是由若干个细节组成的，只有善于把握细节，注意不在小事上犯错误，才能在无声处听惊雷，于细节中悄然领先。细心留意并做好人们常忽视的那些小事，你就有机会先于别人走向成功。

变：推销是一个充满变数的过程，因此，推销员必须应时而动，不能让常规束缚了手脚。只要目的正确，就应当不拘招法，灵活运用，辩证、发展地去学习和运用各种推销手段。只有如此，方能妙招频出，让一切推销中的问题迎刃而解。

诚：常言道，小胜靠谋，大胜靠德。诚信是一个人最宝贵、最重要的道德修养。它既是无形的力量，也是无形的财富，更是推销员的生命线。诚信推销、诚信待人，是获得源源不断的客户与利益的可靠根基。坚持以诚信为本，必能让你受益无穷。

一滴墨水引发千万人的思考，一本好书改变无数人的命

运。本书从上述 7 个方面系统介绍了推销的实战技能，通过精辟通俗的分析，全面论述了推销的原则、方法以及各种技巧。它不仅深入浅出地阐述了推销的一般知识、基本规律，而且在实用性、可操作性上有较大的突破，堪称金牌推销员的制胜真经。一旦你掌握了上述这 7 点的精髓，并积极实践，就一定能够轻松面对推销工作中遇到的种种挑战，助你尽快走向事业的巅峰。

当然，不可否认，推销是一门复杂度较高的艺术，作为一门实践科学，没有任何一种推销手段或技术可以适用于任何环境，也没有通过模仿别人而获得永久成功的推销员，真正的推销大师实际上就是你自己，也只能是你自己。这就是我们之所以大胆地把本书推向市场的唯一信心，唯一“借口”。因为，它是启发式的，而不是教学式的。

所谓仁者见仁，智者见智，若有偏颇错漏之处，敬请各界朋友批评指正。

编者

2008 年 8 月

目 录

“勇”字经

一定要有“君临天下”的心态

人的行为是受思想与心态左右的，有什么样的思想和心态，就会有什么样的行为与结果。身为推销员，要想纵横驰骋，战无不胜，便应有“君临天下”的王者心态。随后，你会发现，思想、心态本身就是一种技巧，就是一个最大的推销秘诀。

- 01. 首先要把自己推销给自己 (2)
- 02. 自豪地说出：“我是推销员” (3)
- 03. 推销是勇敢者才能从事的职业 (6)
- 04. 让“鸵鸟哲学”见鬼去吧 (7)
- 05. “挺起脊梁”让平凡者不平凡 (10)
- 06. 想成功，就要对自己狠一点 (13)
- 07. 坚定信念，“虽九死其犹未悔” (15)
- 08. 相信自己是成功的第一秘诀 (17)
- 09. 培养自信心的日常技巧 (20)
- 10. 勇气是决定推销成败的关键 (22)
- 11. 克服怯懦增强勇气的方法 (24)
- 12. 破釜沉舟，方能赢得天下 (26)
- 13. 如火的热情铸造伟大的推销员 (28)
- 14. 不凡的志向成就不凡的结果 (31)



15. 是的，你就是推销之王 (33)
16. 有必胜的心态就会成功 (35)

“韧”字经

“皮厚”是心理素质过硬的体现

很多时候，“面子”就是虚荣的外衣，当一个推销员披着这件外衣时，就会被它压得透不过气来，更别说拥有好的业绩了。因此，我们必须摒弃“害羞”、“脸皮太薄”的推销习惯和风格，练出过硬的心理素质，这样才能拥有真正的尊严。

01. 无关自尊的面子并不值钱 (40)
02. 失败仅是一次不成功而已 (42)
03. 没有好脾气就干不了推销 (45)
04. 以“我喜欢丢脸”为座右铭 (47)
05. 能包羞忍辱，才可卷土重来 (50)
06. 用笑脸融化客户心中的坚冰 (52)
07. 善用自嘲，甘做客户的“活宝” (54)
08. 推销就要有点“泡”的精神 (56)
09. 推销员的字典里没有放弃 (60)
10. 百折不挠，每逢困难更向前 (63)
11. 屡败屡战，成交就在N次拒绝后 (66)
12. 心系业绩，激发推销耐久力 (68)
13. 对未成交的客户不轻易放弃 (70)
14. 不要轻信“没钱”这句托词 (73)
15. 多掌握些有效的再访借口 (76)

“舍”字经

万不可有节约“饵料”的思想

古人云：意欲取之，必先予之。世间之事，总是有舍才有得。舍的多，就得多；没有舍，就不会有得；舍的少，得到的也会少。这是中国历代先人留给后人的大智慧。在推销中更是如此，想钓鱼就得舍得下饵，否则，很难有大的收获。

01. 今天的失，意味着明天的得	(82)
02. 财从亏字生，利从舍中来	(84)
03. 诱惑挡不住，财源滚滚来	(86)
04. 有舍小的气魄才有取大的可能	(89)
05. 通过试用让客户欲罢不能	(91)
06. 既要舍得鱼饵，又要耐心放线	(94)
07. 送一盏灯再不断卖给他油	(96)
08. 小礼物也可以促成大生意	(98)
09. 送礼时必须注意的几个问题	(100)
10. 投其所好，舍出孩子套住狼	(103)
11. “舍”的切入点有时并不在正面	(106)
12. 用补偿堵住客户的嘴巴	(108)
13. 以完善的服务给产品“打包”	(110)



“情”字经

感情就是你销售业绩的代名词

人与人之间之所以距离远，是因为心远；之所以距离近，是因为心近。人都是有感情的，为了一份情义，人可以不惜一切地去付出，去回报。如果能抓住这一点，在推销过程中为客户附赠一份人情，那么你将拥有一座取之不尽的金矿。

01. 感情是一种能量巨大的武器 (116)
02. 高超的推销术主要是感情问题 (118)
03. 拿出一点真诚，付出一些感情 (120)
04. 加强感情沟通，消除心理隔阂 (121)
05. 以“情系推销，心系客户”为准则 (124)
06. 记住客户名字是一种含蓄的关心 (126)
07. 感情天平别因客户贫富而倾斜 (129)
08. 以饱含深情的小故事打动客户 (131)
09. 激起客户与产品间的情感联系 (133)
10. 强化联系，加深与客户的感情 (136)
11. 应对投诉的四个感情小招术 (138)
12. 广结善缘才能把推销做好 (140)
13. 通过各种方式扩大朋友圈 (142)

“细”字经

重细节才能不在小事上栽跟头

没有精彩的细节，就不可能有壮观的整体。推销的过程是由若干个细节组成的，只有善于把握细节，注意不在小事上犯错误，才能在无声处听惊雷，于细节中悄然领先。细心留意并做好人们常忽视的那些小事，你就有机会先于别人走向成功。

01. 推销业绩的好坏关键是细节	(146)
02. 发现客户需要足够的心细	(147)
03. 观察入微者才能把握全局	(150)
04. 细心解读客户的肢体语言	(153)
05. 尊重客户，不能有丝毫马虎	(155)
06. 服务无小事，仔细照顾你的客户	(158)
07. 做好自己手边的每一件小事	(160)
08. 仪表修饰并非可有可无的小事	(162)
09. 金装银装，不如得体的衣装	(165)
10. 避免遭客户反感的不当眼神	(167)
11. 别让小习惯影响了自己的前途	(170)
12. 把握好电话推销中的各个细节	(173)
13. 让礼仪贯穿整个推销过程	(175)

“变”字经

成交的关键就在于不拘一格

推销是一个充满变数的过程，因此，推销员必须应时而动，不能让常规束缚了手脚。只要目的正确，就应当不拘招法，灵活运用，辩证、发展地去学习和运用各种推销手段。只有如此，方能妙招频出，让一切推销中的问题迎刃而解。

01. “应变”是推销员能力的表现 (180)
02. 要学会从另一角度解决问题 (183)
03. 以声东的手段达到击西的目的 (185)
04. 低价策略并非任何时候都有效 (188)
05. 故意制造不利，以促进推销 (190)
06. 迂回前进，咬定要害不放松 (192)
07. 用欲擒故纵术帮客户下决心 (194)
08. 主动撤退是为了更好地进攻 (196)
09. 危言耸听，让客户“浪子回头” (199)
10. 抓住客户最关心的问题出招 (202)
11. 切入正题前不妨先闲聊一阵 (205)
12. 巧用“变色龙招术”应对客户 (207)
13. 捕捉成交信号，提出成交要求 (210)
14. 对不同的人采取不同的策略 (213)
15. 千万不要试图战胜你的客户 (216)
16. 别让“煮熟的鸭子”再飞走 (219)
17. 无孔不入，随时随地进行推销 (222)

目 录

录

7

推 销 的 7 字 真 经

“勇”字经 一定要有“君临天下”的心态

人的行为是受思想与心态左右的,有什么样的思想和心态,就会有怎样的行为与结果。身为推销员,要想纵横驰骋,战无不胜,便应有“君临天下”的王者心态。随后,你会发现,思想、心态本身就是一种技巧,就是一个最大的推销秘诀。

TUOXIAO DE QI ZI ZHENJING



01. 首先要把自己推销给自己

人人都是推销员，决不是单纯地自己向别人推销，更重要的则是自己向自己推销。推销制胜经验证明，在你成功地把自己推销给别人之前，你必须首先 100% 地把自己推销给自己。

在你的一生中，包括推销生涯中，会有各种各样的对手、困难、挑战；在你前进的道路上，会有许许多多的障碍；在你生命中的每一时刻，就好像在进行比赛，你都要对自己满怀信心地进行自我推销，积极地告诉自己：“我是独一无二的！”

是的，你在世界上是独一无二的，世界上只有一个你。两个个性完全相同的人，在世界上是不存在的。所谓一模一样的双胞胎可能长得很像，就连他们的父母也很难辨别，但假如你试着把一个人的右半脸配到另一人的左半脸，是绝对无法符合的。所以，世上只有一个你自己，没有其他人可以等于你，没有其他人和你的指纹、你的声音、你的特征、你的个性完全相同。从“你”这个字的最终意义来看，你是独创一格的，你是“第一号”的。这种独一无二的状况，就决定了你可以塑造与传播自己特色形象、把自己推销给自己乃至推销给别人。

其实在小时候，我们就常被告知，雪花是独一无二的，没有任何两朵雪花是同样的。我们的指纹、声音和 DNA 也是如此。因此可以肯定，我们每一个人都是独一无二的个体。你是这个世界上的新东西，以前从没有过，从开天辟地一直到现在，从来没有任何人完全跟你一样；而将来直到永远，也不可能再有一个完完全全像你的人。《遗传与你》的作者阿伦·舒恩费说，“可能有几十个到几百个遗传因子——在某些情况下，每一个遗传因子都能改变一个人的一生。”即便在你母亲和父亲相遇而结婚之后，生下的这个人正

好是你的机会，也是30亿万分之一。换句话说，即使你有30亿万个兄弟姊妹，也可能都跟你完全不一样。

日本推销之神原一平在刚从事推销时，经常是囊空如洗。他不得不告诉自己：中午饭只好暂时取消。走过餐厅前面时，他就故作快活，挺胸阔步而过。那时候的他就向几乎要挫败的自己大声斥责、激励：“原一平啊，切莫泄气，拿出更大的勇气来吧！提起更大的精神来吧！宇宙之宏大，只有你一个原一平啊！”

美国汽车推销大王乔·吉拉德也是这样做的。在成为一名推销员之后，他的母亲让他懂得：一个人必须完全认清自身的价值，成功地把自己推销给自己。

“世界上只有一个你。”吉拉德的母亲对他说：“吉拉德，你是世界上独一无二的，没有谁和你一模一样。”吉拉德深信母亲所告诉他的一切。“没有一个人可以等于我，没有一个人和我的指纹、我的声音、我的特征或我的个性完全相同。我是最重要的，我永远是第一。”吉拉德每天都在自己的意识和潜意识里不断强化这一观念，直至获得了汽车推销大王的称号。

不管你够不够资格当封面女郎或健美先生，你永远都可以拥有“我是最好的”的心态，不必显出任何自卑或压抑。正如罗斯福夫人所说：“没有你的同意，谁也不能让你觉得自己差人一等。”假如你成功地把自己推销给了自己，一定会从内心涌起前所未有的勇气，恐惧也会烟消云散。而且你会成为一个伟大的推销员。

02. 自豪地说出：“我是推销员”

在很多人的观念中，推销员是非常令人讨厌的家伙，专门喋喋不休地游说人们买他正在推销的产品。在他们看来，推销员不过是一种到处找人出售产品的职业，与沿街叫卖的小商贩几乎没有区



别。别人这样想也就罢了，而很多正在从事或将要从事推销工作的人竟然也这样想，认为推销是一种低贱的、屈辱性的职业。

一个个推销员就带着这种自轻自贱、自伤自怜的心态走上了岗位。而他们的经历，似乎也印证了他们的消极心态的正确。

事实上，无论世界上的哪一种职业，如果从业人员抱着消极的态度去从事，都不可能做出成绩。如果你能换一种角度看待推销这个职业，就不会为自己是个推销员而自惭形秽了。

诚然，推销员的工作内容就是让客户接受、购买自己所推销的产品。就这一点来说，推销员所做的事与售货员并无不同。但实际上，推销员与售货员的工作是有一种值得你自豪的差异的：作为售货员，他只能被动地等待客户光临、购物，而推销员则需要主动出击，寻找尚未出现的客户。我们有理由相信，客户做出购买决定是基于满足需要考虑的。那么，我们可以这样理解：推销员就是主动把需要送上门去的人。例如，我们都知道保险是我们生活的保障，但至今仍有许多人对保险的认识不够客观、理智。许多人正是在保险推销员的讲解、说明下，才做出了投保的明智之举，从而在发生意外情况时少了后顾之忧。从这个意义上说，推销员就是推销需要的人。推销需要的职业，难道不伟大吗？

推销员不仅为客户带去需要，也为企业带来了繁荣。如今，大多数企业的产品，都是靠推销员推销出去的。大到飞机、轮船，小到牙刷、毛巾，原本可能很长时间无人问津的产品，经推销员之手，迅速地找到了买主。推销员的出现，为企业经济效益的增加、资金周转速度的加快提供了机会。许多企业，正是因为优秀推销员的努力才迅速地发展、壮大起来的。可以说，如果没有推销员，世界上许多大大小小的企业将不复存在，经济的发展水平也不可能达到今天这个高度。是一个个不辞辛苦的推销员加速了社会的文明进程，是一个个奔波忙碌的推销员成就了无数个身份不菲的富翁。这个创造着历史的职业，难道不伟大吗？

如果有方法能使失业率降到最低，推销即是其中最必要的条