



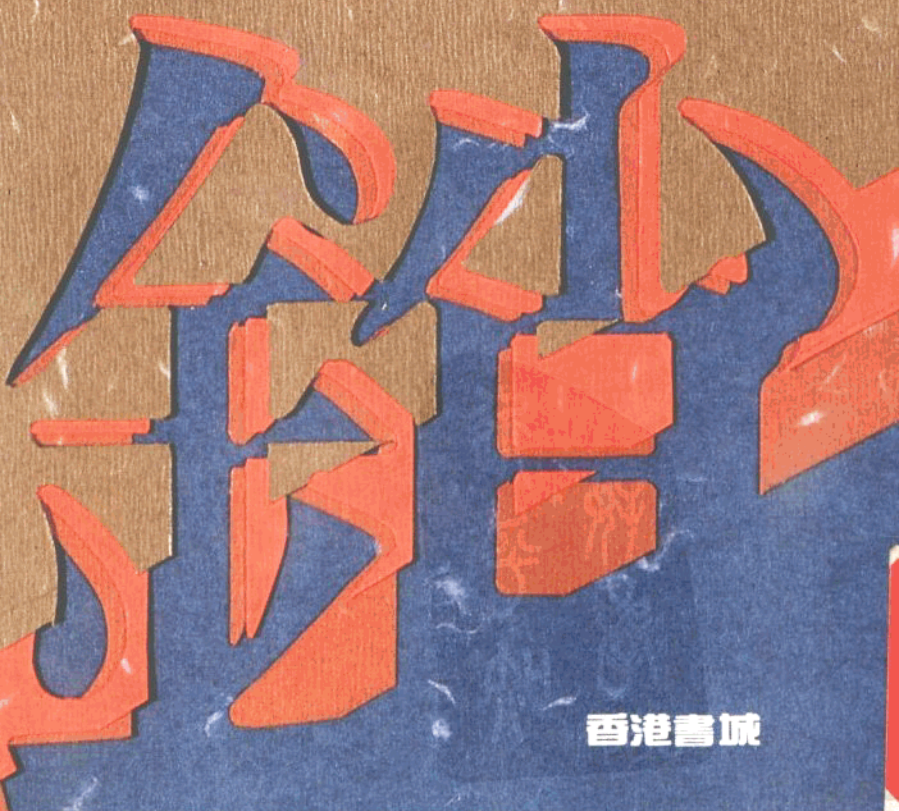
智慧叢書 5

增加業績的技巧
提昇銷售的能力

銷售力

片桐正／著

黃振榮／譯



香港書城

力 售 銷

片桐正

著

黃振榮

譯

香港書城

書 名：銷售力

原 著：片桐正

譯 者：黃振榮

出版者：香港書城有限公司

地 址：香港中環皇后大道中269～277號1～3樓

電 話：416394・450766

印刷者：尖端出版有限公司

定 價：每本港幣30元正

版權所有・請勿翻印

本書由台灣尖端出版有限公司授權香港書城有限公司在香港出版及註冊登記，如翻印臺版或港版在本港出售均屬侵犯版權，必定依法追究。

1988年10月10日出版

目 錄

I 如何提高營業額

- | | | |
|---|------------------------|----|
| 1 | 能提昇營業額的基本銷售活動 | 14 |
| 2 | 從營業額構成要因探索提昇營業額之關鍵 | 10 |
| 3 | 講求選擇率的時代之提昇營業戰略 | 19 |
| 4 | 以提高市場佔有率來增加營業額① | 22 |
| 5 | 以提高市場佔有率來增加營業額② | 24 |
| 6 | 提高市場佔有率對開拓新客戶，乃提昇業績之關鍵 | 20 |

II 使業績蒸蒸日上之推銷員

- 1 如何才能成為業績蒸蒸日上的推銷員 30
- 2 緊緊掌握現在及未來 34
- 3 除經驗外，尚需以新觀點判斷業務 37
- 4 勿忽略狀況變化之應付 40
- 5 以管理者的心態工作 44

III 如何製定銷售計劃及銷售額分配

IV
適切的訪問計劃才能使營業活動奏效

- | | | |
|---|------------------|----|
| 1 | 強化公司銷售計劃之方法 | 48 |
| 2 | 由上至下、由下往上的雙向銷售計劃 | 51 |
| 3 | 根據科學基礎計劃 | 54 |
| 4 | 簡單的預測方法 | 57 |
| 5 | 依最小自乘法預測營業額 | 61 |
| 6 | 分配銷售額的理由 | 63 |
| 7 | 利用早會強調達成計劃之意義 | 66 |

V

談判高手的手法

1 考慮使營業活動合理化及系統化乃首要之務 70

2 推銷員的時間管理乃合理化、系統化之初步 73

3 縮短早會及開會時間以增加商談時間 75

4 決定訪問次數的標準 78

5 決定商談時間的標準 81

6 推銷活動之系統化 84

7 建立訪問計劃以管理營業活動 87

1	熟悉商談步驟	02
2	打招呼的態度能影響商談之成敗	03
3	如何順利展開商談	08
4	說話應有說服力	10
5	以博人好感的話建立信賴感	14
6	決定商談順序	17
7	站在客戶立場強調銷售重點	18
8	訴諸視覺之說明	18
9	應對代表性抗拒的方法	19
10	有效的排除抗拒法	19
11	掌握結束的良機	22

VI 有效的重新開拓法

- | | | |
|---|-----------------------------|-----|
| 1 | 再次確認重新開拓的重要性 | 120 |
| 2 | 以5W1H的法則重新開拓 | 128 |
| 3 | 決定重新開拓的主力商品 | 130 |
| 4 | 選定開拓地域及歸象對 | 133 |
| 5 | 對開拓對象的事前調查 | 135 |
| 6 | 重新開拓的進度表及實施狀況審查表 | 138 |
| 7 | 決定開拓成敗之關鍵——接觸
(Approach) | 141 |
| 8 | 針對血型的有效接觸法 | 144 |

VII

顧客的管理及高明的銷售支援

1 顧客管理的重點及收帳方法

148

2 以ABC分析法評價顧客及其問題

150

3 兼顧客戶的客觀性混合式評價

152

4 綜合評價的基準及判定結果的對策

155

5 設定收帳基準度確實執行

158

6 徹底實施銷售業務與回收業務

160

7 掌握情報和支援銷售活動的方法

163

8 第三種流通系統的誕生

166

9 通信網化的中心——POS和VAN

169

10	認識POS系統的優點及相關問題	172
11	正確地掌握經營資料的方法	175
12	探詢店舖情報以擴大真實資料	178
13	以特性要素圖掌握提昇營業額之變因	181
14	以清潔度審核表來提高改善意願	184
15	以消費者立場檢查照明程度	186
16	以陳列優勢促進銷售	189

前言

不論任何產品的推銷員，只要被詢問到業務狀況時，大都會回答「賣不出去！」，當你仔細去觀察他們的工作情形時，却發覺他們和別人一樣的勤勞，但是，再看看他們所使用的推銷術是否都很有效時，就會發現不盡然，似乎他們對於基本的推銷要訣，並未充分了解。

這種不能提高營業額，可以說是一種迷惘所引起的，然而「迷惘後應該回到原點」，的確，爲了要提高營業額，業者或推銷員都不得回到基本的銷售活動，再重新出發。

本書在一開頭便舉出，一個因確實認識基本推銷性質而成功地提高營業額的例子，多方觀察的結果，發現大部份無法提高營業額的公司，多半是因爲業者或推銷者不能好好掌握基本推銷術，因此，現代的推銷員都被經營者要求要「回到原點」，即回到基本推銷活動，重新檢討日常的推銷作業，以便舊有的推銷活動活性化，如此一來，必定能使推銷業務蒸蒸日上。

本書就是根據上述概念，以印證足以提高營業額的理論，及不斷成長的推銷員之基本條件爲前題，敘述有關提高效率的推銷事項，尤其在使推銷活動的合理化及系統化、如何進行

商談、開拓新業務及幫助推銷的具體方法等方面，有很詳盡的說明。

本書不只是提出理論而已，另外還收集了數十年來各種公司實際運用過且印證過的經營術，並盡量使用圖表，也就是以視覺形態，公開地以實務爲中心，混合編撰而成。

竭誠希望各行業的推銷員，能在閱讀本書之後，確實加以實踐，邁向提高3倍的營業額之目標，使推銷業務更上一層樓。

〔回到原點〕營業效果不振，只是一種暫時的迷惘，顧名思義，迷惘之後應該再度回到出發點，重新再檢討自己的基本推銷活動，那麼你的推銷業績必然能有具體的增進。

ONE

如何提高營業額

1. 能提昇營業額的 基本銷售活動

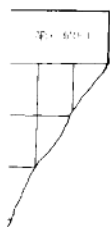
作者在一九八五年四月開始，指導與日常用品批發有關的經營活動。

最初三個月應對方負責人的要求，以他為中心由各種角度，分別了解公司內部的作業情況，然後才檢討其指導方法，之後，作者將整個結果，製作進度圖表，為該公司進行為期六個月的經營教育。

教育的成果很好，沒想到在連續兩年無法達到月估目標的衰退狀況下，竟能起死回生，達到預期目標。

詳細研究結果，發現以下兩個轉捩點：

其一是，將營業目標「由上至下」改成「由下往上」的製訂方式時，可以使員工的心理，由原來消極的「反正是公司隨便製定的營業目標，



圖表 1 銷售人員教育進度表

教育項目	第 1 個月	第 2 個月	第 3 個月	第 4 個月	第 5 個月
批發商存貨問題及資本額之檢討	→				
存在行銷的合理化及系統化	→	→	→		
達成銷售配額與發售力方法的訓練			→	→	→
如何擴大營業範圍及爭取顧客方法之研討				→	→
對顧客的費理、服務、滿意及情緒活動與方法之訓練					→
分析討論的方法					→

※ 1. 每個月一次分別在總公司及分公司實施。
2. 每次的實施時間為 3 小時。

沒有如期達成也無所謂」，轉換成為積極的「這個營業目標是自己參與決定的，所以無論如何一定要如期完成任務」。

其二是，當經營者或管理階層產生強烈的意願將經營方式改變時，公司很自然地便能將外界的经营智慧導入使用。

這種意識的變化，經營階層經常會在早會或幹部會議上，以嚴肅的態度：謹慎傳達給全公司的員工了解，並且都能獲得全體員工的支持。

上述行動的動機，當然是有關基本銷售活動的教育，由這兩個轉捩點看來，我們可得到一個結論：欲提高營業績效，必先返回基本的銷售活動。有句話說得好「迷惑時，必須回到原點」，因此，當營業情況不佳時，也要回到原點，重新檢討銷售活動。

2. 從營業額構成要因探索 提昇營業額之關鍵

商業界流行著「業績可以治療一切」；這句話不只在說明中小零售店，同時也能適用於大型店、批發商及廠商的經營。

業績的好壞能直接反映公司的氣氛。公司的業務狀況良好，營業額猛升時，除了老板之外，連公司內的櫃台小姐都會感染到這種蓬勃朝氣，反之，銷售成績差時，公司內每個份子也都會變得死氣沉沉的。

因此，對公司而言，提高營業額，是使該企業繼續生存下去，不可或缺的重要關鍵。必須注意的是，提高營業額的重要性，無論是高級主管或是基層的員工，都應有此共識；但是問一般銷售員如何提高營業額時，大都只是嘴巴說說而已，完全不懂得以更合理而科學的思考來設想。

因此，首先必須先引入科學思考法研究營業額的構成因素，譬如圖表2所示，即批發商