

金牌推销员的成长成功必备书

最好的推销员是这样炼成的：

把推销当做人生成功的一条必由路。多少企业家是从推销起步的，多少年轻人通过推销早早步入中产行列。

最好的推销员就要坚定信心，在推销的路上一步步走下去。

BEING THE BEST SALESMAN

成功的推销员一定是最勤快的。罗马不会一天建成，要想做最好的推销员，

首先要做最勤快的推销员。

成功的推销员一定善于动脑筋。勤快不等于傻干，发现规律，找到窍门，

你的推销成效就能事半功倍。

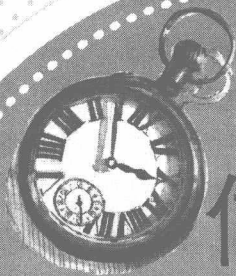


做最好的 推销员

从推销开始 靠推销成功

孙郡锴◎编著

中国华侨出版社



做最好的 推销员

金牌推销员的成长成功必备书

BEING THE BEST SALESMAN

孙郡锴◎著

最好的推销员是这样炼成的：

把推销当做人生成功的一条必由路。多少企业家是从推销起步的，多少年轻人通过推销早早步入中产行列。

最好的推销员就要坚定信心，在推销的路上一步步走下去。

中国华侨出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

做最好的推销员/孙郡锴编著. —北京: 中国华侨出版社,
2010.3

ISBN 978 - 7 - 5113 - 0241 - 0

I. ①做… II. ①孙… III. ①推销—通俗读物

IV. ①B718.3 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 030118 号

● 做最好的推销员

编 著/孙郡锴

责任编辑/文 心

封面设计/纸衣裳书装

经 销/新华书店

开 本/710 × 1000 毫米 1/16 印张 18 字数 226 千字

印 刷/北京溢漾印刷有限公司

版 次/2010 年 3 月第 1 版 2010 年 3 月第 1 次印刷

书 号/ISBN 978 - 7 - 5113 - 0241 - 0

定 价/32.00 元

中国华侨出版社 北京市安定路 20 号院 3 号楼 305 室 邮编 100029

法律顾问: 陈鹰律师事务所

编辑部: (010) 64443056 64443979

发行部: (010) 64443051 传真: 64439708

网 址: www.oveaschin.com

e-mail: oveaschin@sina.com

前 言

推销是一门技术，也是一门艺术，同时它还是一种充满挑战、充满艰辛，更蕴含着极大成功的职业，不管你相不相信，世界上 80% 的富翁都曾经是一名推销员，推销员作为一种职业，既能充分发挥个人能力，又能充分实现个人价值。

做一名推销高手，跻身于身价千万、轻松开展各种各样业务的冠军推销员之列，是每一位推销员都梦寐以求的目标，然而 99% 的推销员注定只能是个平庸者，不分寒暑、顶风冒雨地穿梭在大街小巷，却收入微薄；而只有 1% 的人能成为推销冠军，轻松地开展各种各样业务，成为高收入者。为什么同是推销员却有这么大的差异呢？因为推销技巧、推销方法有高下之别。

大凡在推销行业有所作为的人，无不是深谙推销方法与推销技巧之人，因此，我们编写了这样一本《做最好的推销员》，希望能对推销员们有所帮助。

随着信息共享的程度越来越高，许多推销员的推销手段越来越相似。如果说一个神来之笔的推销是通过“巧劲儿”战胜了消费者，那么注重推销过程中的每一个细节，则是这种“巧劲儿”的落实与体现。当推销无法靠出奇出彩制胜的时候，细节的较量便极为重要。推销在未来的竞争主要表现为细节的竞争，细节的竞争才是最终和最高的竞争层面。通过对每一个推销细节细致入微的把握，最终战胜对手。从这一点上来说，成功的推销模式也不可复制。

所以说，细节决定成败，谁做好了销售细节谁就会成功！





推销误区往往会妨碍推销员取得成功，常有一些推销员因为说错话、办错事、用错了推销方法而导致推销失败。本书针对这种情况，为推销员们总结出了推销中容易犯的错误，希望推销员从中吸取教训，以便提高推销成功率。

除此之外，本书还从推销形象、新人入门、成交技巧等多个方面给推销员以全方位的指导，通过这些内容，推销员可以了解纷繁复杂的商业行为背后的真相，可以了解推销工作的种种技巧，进而一步步走向成功。

我们真诚地希望推销员们在读过本书后，可以对推销工作有一种全新的领悟，能够更好地开拓自己的职业生涯，让自己的每一点付出都获得丰厚的回报！



目 录

第一章 | 推销形象：推销产品先要推销自己

形象对推销人员来说是极其重要的，我们所说的形象是广义的，包括推销人员的衣着打扮、肢体风范和礼仪等等。一个穿戴整洁、举止有礼的推销员容易赢得客户的信任和好感，而一个衣冠不整、举止粗鲁的推销员却会给客户留下糊涂、懒惰的糟糕印象，因此，要想成为一流的推销员，首先就要塑造出良好的自我形象。

1. 仪表是推销员要过的第一关 2
2. 最好的装扮不是最华丽的而是最得体的 4
3. 推销中别忘了带上你的微笑 7
4. 会让你功亏一篑的卫生细节 10
5. 举止有礼才能让客户认同 13
6. 名片虽小不能小看 15
7. 你不能忽略的约会礼仪 18
8. 优秀推销员无不是一名优秀的倾听者 21
9. 言谈是否有礼与业绩挂钩 24

第二章 | 新人修炼：推销新人的第一课

越来越多的人跨入了销售这个竞争激烈的行业，成了一名





推销新人。推销是一项艰苦而又充满挑战的工作，每个推销新人都要面对许多难关和障碍，只有跨越了这些障碍，在推销过程中不断修炼自我，推销新人才能在竞争中取胜，成长为一名出类拔萃的销售能手。

1. 怕丢面子就干不了推销 28
2. 失败不算丢面子 30
3. 顶尖的推销员是好脾气的推销员 32
4. 健康的身体是推销员的本钱 35
5. 不要背负客户的问题 37
6. 寻找客户是你的第一项工作 39
7. 别说客户不爱听的话 41
8. 心里只能想着你的业绩 45
9. “初生牛犊”靠的是什 么 47

第三章 | 自我激发：成功推销员的信念与心态

对推销员来说，最重要的并不是经验和技巧，而是成功的信念和心态，是你的信念决定了你 80% 的成功机会，是你观念的品质决定了你推销的品质。因此，作为一名推销员，你必须不断地自我激发，有了良好的信念和心态，成功自然就会到来。

1. 自豪地说出你是推销员 50
2. 推销员：没有困难要你干吗 52
3. 开始你的 101 次推销 54
4. 推销时别忘了带上勇气 56
5. 不自信就没有成功 58



6. 推销员的字典里没有放弃	61
7. 想到就要做到	63
8. 挨家挨户推销而不是逃避	65
9. 如火热情铸造伟大推销员	67

第四章 | 人际战术：成功推销员要有成功的人际关系

人际关系对推销员来说意味着什么？答案是“一切”。要知道，推销就是一项与人打交道的工作，如果处理不好人际关系，那么即使你有再好的推销技巧，再有竞争力的商品，照样会输得一败涂地。因为没有人会从自己不喜欢的推销员那里买东西。只有建立起良好的人际关系，才能左右逢源，让你的推销工作顺利展开。

1. 推销员要有好记性	72
2. 有人脉才有钱赚	75
3. 老客户是一座金矿	76
4. 关心客户就是为你的推销加码	78
5. 每个客户背后都有 250 名客户	80
6. 想客户之所想才能搞好推销	82
7. 先打动秘书小姐才能打动客户	84
8. 广结善缘才能成功	86

第五章 | 推销攻略：把握优效的推销方式

说到推销方式，一般有电话推销和登门拜访两种，而在现在，这两种推销方式已被紧密地融合到一起：你不能指望打两个电话就能做成一笔买卖，你还需要上门拜访。然而，这些推





销方式也有很多学问，只有准确地把握了它们，你才能获得最大的回报，在最短的时间里成为一名高效的推销员。

1. 推销电话，你不一定会打	90
2. 设计一个独特的电话脚本	93
3. 教你用电话约见客户	95
4. 学会控制你的情绪	99
5. 用电话与客户建立关系	102
6. 排除拜访当中客户的消极态度	106
7. 没有时间观念就没有业绩	109
8. 约见客户不能出错的三个要点	112
9. 帮你提高业绩的再访借口	117

第六章 | 推销秘笈：成功推销的“必杀技”

只有1%的推销员能够成为伟大的推销员，99%的推销员只能是平庸者。是什么原因造成了这样巨大的差异？是推销技巧，几乎每一个神来之笔的推销都是通过“巧劲”赢得了客户。因此，要想取得更好的业绩，为自己赚更多的钱，实现自我价值，你就应该学会成功推销的“必杀技”，轻松面对任何挑战。

1. 完美的示范是最有力的语言	122
2. 客户的需求就是业绩	125
3. 教你应对客户的推托借口	126
4. 让客户先“恋”上商品	129
5. 做最吸引顾客的推销员	131
6. 激发出客户的兴趣等于成功一半	135



- 7. 局面越僵越要笑 137
- 8. 赞美客户要恰到好处 139

第七章 | 推销细节：推销细节决定一切

推销往往是靠巧劲取胜，而注重推销过程中的每一个细节，则是这种“巧劲”的落实和体现。要知道推销是一种艰苦的工作，其中包括了数不清的繁琐细节，如果一招不慎就会失去全局。因此，我们一定要听从推销大师的告诫：细节决定成败，谁做好了推销细节，谁就会成功！

- 1. 重视每一个人才是优秀的推销员 144
- 2. 没有诚信就做不了推销 147
- 3. 关注客户的肢体语言 151
- 4. 对客户的抱怨持欢迎态度 158
- 5. 没有准备就是准备失败 162
- 6. 推销要用“勤”字诀 165
- 7. 推销员应是业务知识精深的人 166
- 8. 在推销中要始终把握主动权 170

第八章 | 客户第一：找到并抓牢你的客户

对于推销员来说，找到并建立自己的客户群是至关重要的，抓不住客户，推销员即使有再高明的推销技巧，再好的产品也是枉然。因此，推销员们一定要奉行“客户第一”原则，时时不忘拓展客户、服务客户，这样才能有成功的业绩。

- 1. 找到你的准客户而不是假客户 176





2. 一个老客户也不能丢	182
3. 客户的信任就是你的业绩	186
4. 有亲和力客户才会喜欢你	187
5. 不要缺少一双发现客户的眼睛	191
6. 因人制宜才能抓住客户	196
7. 建立属于自己的客户名单	201
8. 打造一个“顾客俱乐部”	205

第九章 | 成交法则：成交才是“硬道理”

推销员整日奔波、风雨无阻为的是什么呢？两个字：成交。推销员所做的一切都是为了成交。很多时候，并不是你的口才好，你的产品演示做得好，成交就水到渠成了，关键是你把握好成交的几个关键环节，只有做好了这些，你才能与客户达成协议，你的推销才算是成功了。

1. 牢牢抓住成交的信号	210
2. 别让“煮熟的鸭子”再飞走	213
3. 你必须掌握的成交方法	218
4. 在谈判中达成交易	223
5. 成功成交应做好的六件事	226
6. 提出成交要求的方法有讲究	230
7. 选择让客户说“是”的话题	237
8. 为客户找出潜在的风险与利益	241

第十章 | 推销误区：推销员容易犯的错误

无论是久经沙场的推销元老，还是初涉销售的推销新人，



都往往存在着一些推销误区。有的推销员说错了话，有的推销员用错了方法，有的推销员观念出现了错误……这些推销误区使他们的很多推销个案徒劳无功。这是很可惜的，推销员只有找出自己的推销误区，并积极改正，才能迅速走向成功。

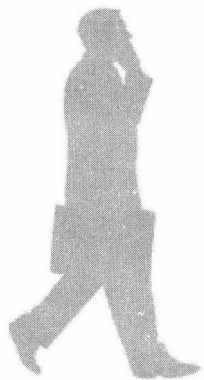
1. 贬低竞争对手对你毫无益处	248
2. 急于求成只会起到反作用	252
3. 推销也需要团队精神	256
4. 服务不是浪费时间	259
5. 别让赞美“走了调”	262
6. 展示产品别犯忌	265
7. 不注重肢体语言的配合就难以沟通	268
8. 不学习就无法成为推销高手	272



第一章

推销形象

推销产品先要推销自己



形象对推销人员来说是极其重要的,我们所说的形象是广义的,包括推销人员的衣着打扮、肢体风范和礼仪等等。一个穿戴整洁、举止有礼的推销员容易赢得客户的信任和好感,而一个衣冠不整、举止粗鲁的推销员却会给客户留下糊涂、懒惰的糟糕印象,因此,要想成为一流的推销员,首先就要塑造出良好的自我形象。



1. 仪表是推销员要过的第一关

人都是先看外表的，外在形象关系到我们留给别人的第一印象。作为一名推销员，如果你的仪表过不了关，那么顾客就已经对你和你要推销的产品都失去了兴趣：这么差劲的推销员，拿得出什么好东西吗？因此，推销高手都十分注意调整自己的外表，以期直接迅速地给顾客留下最好的印象。

日本推销界流行着这么一句话：若要成为第一流的推销员，就应先从仪表修饰做起。而美国最优秀的推销大师法兰克·贝格也曾说过，外表的魅力可以让你处处受欢迎，不修边幅的推销员给人留下第一印象时就失去了主动。

8月份的一个炎热的下午，一位推销钢材的专业推销员走进了一家制造公司的总经理办公室。这个推销员身上穿着一件有泥点的衬衫和一条皱巴巴的裤子。他嘴角叼着雪茄，含糊不清地说：“早上好，先生。我代表阿尔巴尼钢铁公司。”

“你也早上好！你代表什么？”这位总经理问，“你代表阿尔巴尼公司？听着，年轻人，我认识阿尔巴尼公司的几个头儿，你没有代表他们——你错误地代表了他们。”

很明显这是一个失败的推销！

一位推销员刚刚进入推销行业时，他的着装打扮十分不得体，为此公司的一位顶尖推销员对他说：“老兄，头发太长了，一点也不像个推销员，该理发了，每周都要去理一次，那样看上去才会有精神，领带也没有系好，衣服的颜色搭配得太不协调了，真该找个人好好请教一番了。”并且告诉这位新手，只有穿着打扮得体，才会更容易赢得别人的信任，更容易达成交易。



这位推销员觉得他讲的很有道理，听从了他的建议，每周去理一次头发，并且他还专门去向别人请教如何打领带、如何搭配衣服。这些虽然浪费了他许多金钱和精力，但是结果正如那位顶尖推销员所说的那样，他的投资马上就赚回来了。

有人说着装打扮不是万能的，但装扮不得体是万万不行的。这话确实很有道理。如果你的穿着得体，信心自然会大增。

而生活中，一些推销员常辩解说，天天都在外面跑，哪有时间换干净的衣服，连和女朋友约会都要灰头土脸地去。推销员工作虽然是一个回报丰厚的工作，但确实也是非常艰苦的。尽管如此，一个聪明的推销员，也应该知道，外表是他的第一张牌。

比如有一个汽车交易商准备卖一辆二手汽车，他会怎么样做呢？直接把车开去卖了？不，很明显，他首先会把车送到车间里，将表面的擦痕都磨光，然后重新上漆；之后还要将车内装饰一新，换上新的轮胎，调试好其他设备，使一辆旧车“旧貌换新颜”。只有这样的汽车，才可能卖个好价钱。作为推销员也是一样。记住，仪表不凡和风度翩翩的你会在客户心目中可信度增值，合适的形象会为你的成功增加砝码。而衣着邋遢不只会损害你的个人形象，也会阻碍你推销的成功。

弗兰克是一个出色的推销员。弗兰克在一次技术交流会上结识了一位经理，该经理对弗兰克公司的产品颇感兴趣。两人约定了时间准备再仔细商谈一下。等到前往公司的那一天，下起了大雨，于是弗兰克就穿上了防雨的旧西装和雨鞋出门。弗兰克到了那家公司以后便递出了名片，要求和经理面谈，然而他等了将近一个小时，才见到那位经理。弗兰克简单地说明了来意，没想到那位经理却冷淡地说：“我知道，你跟负责这事的人谈吧，我已跟他提过了，你等会儿过去吧。”

这种遭遇对弗兰克来说还是第一次，在回家的路上他反省着：“是哪一個地方做错了呢？”今天所讲的内容应是跟平常一样魅力十足地吸引客户的呀！怎么会这样？他百思不得其解。

然而，当他经过一家商店的广告橱窗，看到自己的身影后才恍然大





悟，立刻明白自己失败的原因了。平常弗兰克都穿得干净、潇洒而神采奕奕，而今天穿着旧西装、雨鞋，看来就像落魄的流浪汉，更别提推销了。

可见，穿着打扮不同，给人留下的印象也会不同，而对于推销员，人们往往是以貌取人的。

一位经验丰富的经理说：“有一天，一个人来拜访我。他的穿着就像一部著名的老剧《上午之后》中的一个角色。他开始做了一个好得非同寻常的销售推介，但我的注意力总是无法集中。我看着他的鞋子、他的裤子，然后再把目光扫过他的衬衫和领带。大部分时间里我都在想，如果这位专业推销员说的都是真的，那他为什么穿得如此落魄呢？”

“他告诉我他手中有很多订单，他有许多顾客，他们也购买了大量的这种产品。但他的个人外表致命地显示他说的话不是真的。我最后没有购买，原因是我对他的陈述没有信心。”

再好的商品，如果被穿着邋遢的推销员拿着，商品也会随之得到不好的评价。因此，推销员只要有这样不合格的打扮，首先就会失去与他人竞争的入门机会，更不用说推销产品了。因此，请在衣着打扮上多花点时间、多花点金钱，这样做你绝对不会吃亏。

推销员守则：作为一名合格的推销员，任何时候都不能疏忽了自己的仪表。一定要尽己所能给顾客留下良好的第一印象，只有在顾客接受了你的情况下，他才会考虑接受你的商品。

2. 最好的装扮不是最华丽的而是最得体的

推销行业处处以貌取人，衣着打扮品位好、格调高的推销员，往往占尽先机。然而这并不意味着打扮得越华丽越好，对推销员来说，最重要的是打扮的适宜得体，这样才能得到顾客的重视和好感。



适宜的衣着是仪表的关键，所以推销员应该注意其服饰与装束。服饰的穿着没有固定的模式，应该根据预期的场合、所推销的商品类型等灵活处理。一般来说，推销员穿白衬衣，打领带，配深色西装为宜。若故意穿奇装异服，想以此给你的顾客留下深刻的印象是不明智的。推销员的衣着应与他们要走访的顾客的服饰基本吻合，如果反差太大，你的客户将难于接受你及你推销的商品。若一名推销员穿着笔挺的西装、锃亮的皮鞋，珠光宝气地去走访客户，那无疑是自寻绝路。推销员的衣着还应与顾客所在的场合相一致，如果你的推销对象是在工作场所，则穿着应较为正规；如果走访对象是在家中，则穿着应当随便一些；如果你走访的对象是高层管理者，则应注意服饰的品牌、质地。推销员也应注重自身的整洁状况和卫生习惯，作为男推销员应经常修理自己的胡须、头发，给人以精神饱满的感觉，不修边幅、邋邋遢遢，就会失去推销机会。

那么，怎样的装扮才能称得上是得体呢？

要想做一个专业的推销员，一定要有一个适合自己的着装标准。对于男推销员来说，与客户见面时可以穿有领T恤和西裤，使自己显得随和而亲切，但要避免穿着牛仔装，以免显得过于随便。如果是去客户的办公室，则要求穿西装，因为这样会显得庄重而正式。在所有的男式服装中，西装是最重要的，得体的西装会使你显得神采奕奕、气质高雅，内涵丰富、卓尔不凡。

推销员在选择西装时，最重要的不是价格和品牌，而是包括面料、裁剪、加工工艺等在内的许多细节。在款式上，应样式简洁。在色彩选择上，以单色为宜，建议至少要有一套深蓝色的西装。深蓝色显示出高雅、理性、稳重；灰色比较中庸、平和，显得庄重而得体；咖啡色是一种自然而朴素的色彩，显得亲切而别具一格。

另外，西装的穿着还要注意要熨烫，口袋里不要塞得鼓鼓囊囊。切忌在西裤上别着手机、大串钥匙，这会破坏西装的整体感觉。

在选择领带时，除颜色必须与自己的西装和衬衫协调之外，还要求

