

北大EMBA、特聘教授
北大纵横管理咨询顾问

桑郁 推荐

何菲鹏 编著

恰到好处 的 推销方式

如何拥有令人信服的销售力

客户最需要的是什麼？客户最满意的是什麼？

客户最害怕的是什麼？客户最忌讳的是什麼？

掌握这些因素，你的销售业绩将能直线上升。

中国华侨出版社

恰到好处

推销方式

如何拥有令人信服的销售力

北大EMBA、特聘教授

北大纵横管理咨询顾问

何菲鹏 编著

桑郁 推荐

中国华侨出版社

图书在版编目(CIP)数据

恰到好处的推销方式 / 何菲鹏编著. —北京:
中国华侨出版社, 2010.9

ISBN 978-7-5113-0648-7

I. ①恰… II. ①何… III. ①推销-方法
IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 168004 号

恰到好处的推销方式

编 著 / 何菲鹏

责任编辑 / 尹 影

责任校对 / 李瑞玲

经 销 / 新华书店

开 本 / 787×1092 毫米 1/16 开 印张/16 字数/266 千字

印 刷 / 北京溢漾印刷有限公司

版 次 / 2010 年 11 月第 1 版 2010 年 11 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5113-0648-7

定 价 / 28.00 元

中国华侨出版社 北京市安定路 20 号院 3 号楼 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:(010)64439708

网址:www.oveaschin.com

E-mail:oveaschin@sina.com



前言

在市场经济体制的 21 世纪,随着我们对需求观念的转变,购买与销售,这两个词在我们的生活当中,会无时不刻地伴随着我们。销售不仅仅是把商品出售给客户,把钱收回来那么简单,而是实现人与人之间的沟通,以满足客户特定需求的过程。销售在日常生活中非常普遍,可以说每时每分都在发生,大到大宗商品的销售,小到生活日用品。可以说,我们每个人都是销售员,每天在做着销售的工作。

特别是对企业经营而言,在群雄逐鹿的市场,谁可以掌握信息,谁就会赢得主动,赢得先机。谁掌握的信息最多,谁的信息最准确、及时,谁最会用信息,谁就是财富的拥有者。销售人员是企业通往市场的桥梁,他们直接与市场、消费者接触,可以及时、准确地捕捉市场信息。他们是企业收集市场信息的重要途径,是企业情报的主要来源之一。

可以说,销售对企业的重要性是决定性的。

那怎么样才能把销售工作做好呢?销售离不开推销业务员,销售成败其实就取决于这些奔走于一线人员的素质和才干。

鉴于此,本书针对销售人员在工作中遇到的各种情况,整理了许多关于销售的技巧和策略。书中运用大量的故事和精辟的论点,目的是帮助每一个业务员提升自我形象、开阔眼界、开拓思路、提高表达能力、掌握销售

语言技巧,让客户对销售人员的推销从“NO”转化到欣然接受的“YES”。

本书罗列的这些技巧来自于实战经验,并且在千万个销售人员的行为中得到成功表现。它是一本培育销售人员的实用手册,它为销售人员提供一份穿梭于新领地的路线图,让销售人员在收获优异业绩的同时获得心灵的满足,从而在工作中创造出超越业绩以外的意义。



目 录 contents

第一章 “形象式”推销：

好的形象，成功一半

推销行业处处以貌取人，衣着打扮光鲜、品位好、格调高的推销员，往往占尽先机。当然，对推销员来说，最重要的是打扮适宜得体，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服饰与装束。销售是一种动态性质的工作，它是一种人与人直接面对面的促销方式。正是因为这一点，销售人员的服饰、气质、微笑、礼貌、肢体语言、真诚及和蔼程度，往往直接影响到客户对销售的接受心理。

方式1 打扮应适宜得体，以得到客户的重视和好感	2
方式2 不断学习，修炼气质	4
方式3 带着一张灿烂的笑脸迎接客户	6
方式4 用优雅、礼貌的行为促进你的销售	8
方式5 正确运用微妙的肢体语言，使自己在交往中掌控别人	9
方式6 用真实的情感和诚恳的态度赢得客户的心	11
方式7 见客户之前，先从头到脚地整理一下自己	13
方式8 第一句话要说得“入耳”	16
方式9 与客户见面时的言行举止要恰到好处	19
方式10 用潇洒的走姿吸引客户的注意力	22
方式11 与客户交换名片时动作要标准	24
方式12 准时赴约，一分钟都不能迟到	28

第二章 “赞美式”推销：

恰到好处的赞美是“巧克力”

心理学家指出：每个人都有渴求别人赞扬的心理，人一旦被认定其价值时，总是喜不自胜。由此可知，你要想取悦顾客，最有效的方法就是热情地赞扬他。可见，会赞美客户实际上会使你的推销变得更加容易。

- 方式 13 洞察客户心理，抓住关键赞美客户 32
- 方式 14 发现客户潜在的优点并给予真诚的赞美 35
- 方式 15 用赞美的语言为客户制造意外的惊喜 38
- 方式 16 让客户感受到你对他的欣赏和赞美 40
- 方式 17 对客户最近好的变化给予赞美 41
- 方式 18 用别人的话表达出你对客户的赞美 44
- 方式 19 对客户的赞美要发自内心 46
- 方式 20 尽早发现客户引以为豪的地方并给予赞美 48
- 方式 21 对客户的赞美要发自肺腑、恰如其分 50
- 方式 22 多在客户的背后赞美他 53
- 方式 23 抓住客户闪光点，毫不吝啬地给予真诚的赞美 56
- 方式 24 把赞美的语言不动声色地传达给客户 58

第三章 “迎合式”推销：

客户喜欢什么就给他什么

现代推销既是一项复杂的工作，又是一种技巧性很高的艺术。推销员从寻找顾客开始，直至达成交易获取定单，不仅要周密计划，细致安排，而且要与顾客进行重重的心理交锋。由此，成功的推销要求推销员必须顺应顾客的心理活动轨迹，审时度势，及时在“促”字上下工夫，设法加大顾客“得”的砝码，不断强化其购买动机，采取积极有效的推销技术去坚定顾客的购买信心，



敦促顾客进行实质性思考,加快其决策进程。

方式 25	了解客户的需求并尽力去满足	60
方式 26	用小小的恩惠换取客户对你的好感	62
方式 27	用“真诚微笑”温暖客户的心	65
方式 28	从客户感兴趣的话题开始交谈	67
方式 29	在客户最需要帮助的时候伸出援助之手	70
方式 30	让客户把想说的话说出来	73
方式 31	让自己成为能给客户带来利益的人	76
方式 32	用适合客户个人性格特点的方式与客户交流	80
方式 33	帮助客户发掘市场	87

第四章 “暗示式”推销:

多绕个弯子,少碰个钉子

推销最关键的是建立跟顾客的信赖感。在销售过程当中,你必须花至少一半的时间建立与顾客的信赖感。与客户打交道,消除客户的戒心很重要,只有在真心诚意的交往之下,产品才能够完美成交。销售人员在了解和掌握足够的产品信息的同时,也十分有必要培养和锻炼自身的语言组织和表达能力,用最清晰、简明的语言使客户获得其想要知道的相关信息。

方式 34	充分运用“非言语讯息”	92
方式 35	适当调整自我,尽量与客户保持一致	96
方式 36	借着“模仿”走入客户的内心世界	98
方式 37	找个“借口”接近客户	102
方式 38	用“倾听”获得客户的信赖	105
方式 39	用事实和品质赢得客户的信赖	107
方式 40	做出的承诺一定要兑现	109

方式 41	巧借“名人招牌”推销自己的产品	111
方式 42	先让客户对产品有正确认识后,再诱导他们购买	113
方式 43	少说多做,用事实说话	114

第五章 “优势式”推销: 产品再好也要靠“推”

推销最终还是以产品为中心,将产品卖出去为终极目的。围绕产品,销售员应该做哪些准备工作,以使推销最终完美达成,这是本章重点要讲的内容。一般来讲,站在对方的立场上去介绍产品,客户会比较容易接受。顾客为什么会听取推销员的介绍,恐怕最重要的因素是顾客存在着某种尚待满足的需要。现代推销区别于传统推销的最大方面,就是它旨在满足需求和解决问题,推销员所介绍的产品只有与顾客利益密切相关时,才能受到重视和欢迎。

方式 44	推销产品,首先要推销自己	118
方式 45	把客户的需求放在第一位	119
方式 46	不断学习并完善推销所必备的知识	121
方式 47	像“专家”一样为客户介绍产品	123
方式 48	介绍产品时突出并强调其独特卖点	125
方式 49	免费试用更容易让客户接受产品	127

第六章 “情感式”推销: 换位思考,以“心”换“心”

俗话说,以“心”换“心”,也就是说,推销员要想得到客户的“心”,先把自己的“心”交给客户,要想得到客户的真情,先对客户付出真情。

可见,推销员在与客户相处时,应想客户之所想,急客户之所急,像关心亲人一样关心客户,只有这样,才能赢得客户的欢心,让客户接受你。



方式 50 像对待亲人一样对待客户	130
方式 51 给客户以热诚、友善的微笑	131
方式 52 尽量满足顾客的需要	132
方式 53 满足客户的虚荣心,虚心向客户请教	133
方式 54 了解客户需求,满足客户需要	135

第七章 “说服式”推销:

说服就是高超的语言诱导

推销就是语言的艺术,在说服中运用一定的语言诱导顾客是很重要的,但是,在运用语言诱导顾客的时候,必须强调话语的适当性。确保使用的语言能够达到一定的说服效果;如果语言运用不恰当,有可能会带来完全相反的效果。推销其实是一种说服过程,聪明的推销员在说服顾客时总是很得法。

方式 55 找到客户拒绝的真正原因加以说服	140
方式 56 先把客户的过错归结于自己,再心平气和地耐心解释	141
方式 57 尽量选择体现正面意思的语言	143
方式 58 把产品特征转化为产品对客户日后的实际益处加以说服 ...	144
方式 59 向客户传递自己对产品的坚定信念	147
方式 60 寻找一个客户感兴趣的话题共同探讨	148
方式 61 幽默可使你与客户更加亲近	150
方式 62 在最短时间内“抓住”客户的心	151
方式 63 说话要言之有物,因人施语	154
方式 64 诱导客户同意你的看法	155
方式 65 行动是最强的说服力	157
方式 66 巧妙地与客户讨价还价	158

第八章 “长远式”推销：

放的线越长，钓的鱼越大

要想长远推销，必须做好售后服务工作。售后服务是整个物品销售过程中的重点之一。好的售后服务会带给买家非常好的购物体验，可能使这些买家成为你的忠实用户，以后会经常购买你店铺内的物品。售后服务中，经常遇到的是客户的抱怨问题。这样的顾客，通常情绪激动、怒火中烧，处理方法稍有不慎，就足以引发一场“战争”。推销员必须学会处理抱怨的方法。在交易完后如何与客户建立长期友谊，也是一件值得销售员思考的问题。你不一定要和顾客签什么合约，而要把重心放在如何让你周围的人参与到你的销售活动中，从如何来帮助你解决问题上进行考虑才行。

- 方式 67 真诚地为客户做好售后服务 166
- 方式 68 耐心地对待客户的抱怨 168
- 方式 69 尽快收回货款，克服赊销隐患 170
- 方式 70 掌握债务人的弱点、伺机而发，从而制胜难缠的债务人 171
- 方式 71 与客户成为永远的朋友 173
- 方式 72 明确自己的发展方向并为之不断地努力 174

第九章 “讨巧式”推销：

不只会说话，更要说对话

让客户喜欢你，讲得通俗一点，就是会讨巧。聪明的销售人员在说服客户的时候，懂得迎合客户的嗜好，这样能让对方感觉到受重视、受尊重。这种做法纯粹是出于热诚，而热诚永远是应酬成功的法宝。只要你有足够的诚意，客户也能够教会你现场的应用知识、教会你该如何在他们那里得到认可，甚至教会你如何才能够实现差异化，走在竞争对手的前面。

- 方式 73 安慰客户的话要说得得体 178



方式 74	用真诚的语言与客户交流	180
方式 75	五分钟之内使陌生的客户变为一见如故的朋友	181
方式 76	和客户一起做决定	182
方式 77	不仅要能说,更要会说	183
方式 78	初次见面要找准关键人物	186
方式 79	在适当的时候用用激将法	189
方式 80	运用反问法使自己变被动为主动	190
方式 81	抓住适当时机促成交易	191

第十章 “针对式”推销: 闪转腾挪,各个击破

不同的客户,其心理特征是不一样的,客户类型大体来说有下面十种,他们是理智型客户、任务型客户、贪婪型客户、主人翁型客户、抢功型客户、吝啬型客户、刁蛮型客户、关系型客户、综合型客户、潮流型客户。对于不同的客户类型,推销员应采取不同的销售措施。

方式 82	理智型客户:层层推进、引导,多方分析、举证	194
方式 83	任务型客户:注重第一印象,给予一定的承诺	197
方式 84	贪婪型客户:主动送礼、给回扣,但不可完全满足	198
方式 85	主人翁型客户:以“价格”赢得客户	200
方式 86	抢功型客户:站在客户的角度着想,严格把好质量关	201
方式 87	吝啬型客户:着重强调一分钱一分货,指出商品的价值所在	204
方式 88	刁蛮型客户:在操作上积极客观,不能被动	206
方式 89	关系型客户:不该收的钱绝不收,该收的要事先谈好	208
方式 90	综合型客户:把握客户的心态后再开始推销	210
方式 91	潮流型客户:尽量去赞美和夸奖客户	213

第十一章 “电话式”推销：

追求快节奏，讲究高效率

最新调查表明，有 65% 的居民使用过电话查询和咨询业务，有 20% 的居民使用过电话预订和电话购物。现代生活追求快节奏、高效率，电话销售作为一种新时尚正走进千家万户。作为推销员，学习一些电话推销技巧是很有必要的。

- 方式 92 学会自我调整心态，勇敢地面对每一次拒绝 216
- 方式 93 语调沉稳、镇静，肯定地强调关键词和语句 220
- 方式 94 在电话被接通后的 30 秒内“抓住”对方的注意力 222
- 方式 95 注意说话的声音和语气，给接听电话者留下良好印象 226
- 方式 96 语言一定要简洁，表达清楚即可 228
- 方式 97 给大老板打电话，要露出一一点老友的亲密态度 231

第十二章 “公关式推销：

送礼有技巧，求人方法

公关能力在推销中起着举足轻重的作用。公关的方式很多，送礼是经常使用的一种方式。但送礼实在是一件不折不扣的苦差事。要希望自己能给对方送对礼物，在行动之前是需要好好筹划的。推销公关中，求人也很有学问。比如推销员在给男客户下订单之前，现把他们的爱人的兴趣点摸准。男客户的爱人这一关做通了，下订单就很顺利了。采用“夫人路线”迂回接近目标，最终拉近彼此的感情，为成交做好铺垫。

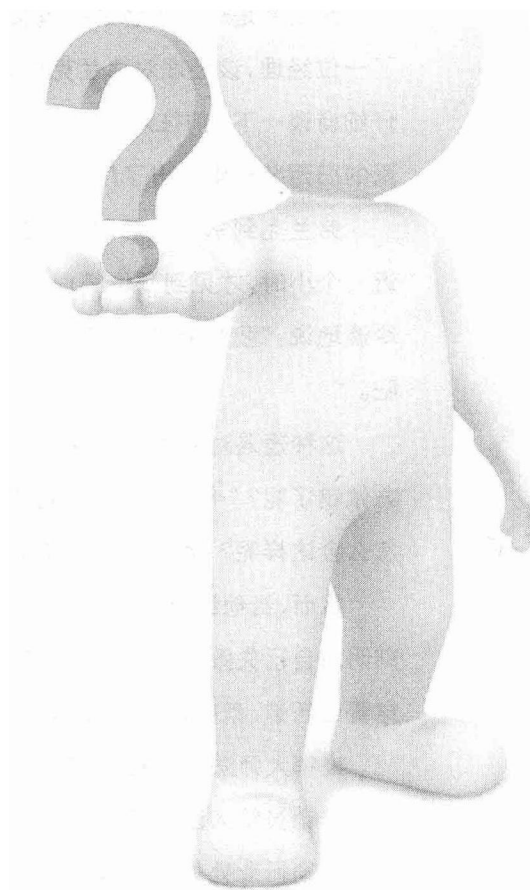
- 方式 98 送礼前要好好筹划 236
- 方式 99 送礼要有技巧 239
- 方式 100 求人要讲技巧 240

第一章

“形象式”推销

好的形象,成功一半

推销行业处处以貌取人,衣着打扮光鲜、品位好、格调高的推销员,往往占尽先机。当然,对推销员来说,最重要的是打扮适宜得体,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服饰与装束。销售是一种动态性质的工作,它是一种人与人直接面对面的促销方式。正是因为这一点,销售人员的服饰、气质、微笑、礼貌、肢体语言、真诚及和蔼程度,往往直接影响到客户对销售的接受心理。



方式1 打扮应适宜得体,以得到客户的重视和好感

关键词:形象·衣着打扮·仪表

适用情境:去会见客户之前,不知如何打扮才得体时可查看此方式。

有位资历颇深的行销专家谆谆告诫涉足营销界的同仁们:在营销产业中,懂得形象包装、给人良好的第一印象者,将是永远的赢家。

弗兰克是一个出色的推销员。有一次,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。前往对方公司的那一天,下起了大雨,于是弗兰克就穿上了防雨的旧西装和雨鞋出了门。

弗兰克到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:“是哪个地方做错了呢?”今天所讲的内容应该会像平常一样魅力十足地吸引客户的呀!怎么会这样呢?他百思不得其解。

然而,当他经过一家商店的广告橱窗,看到自己的样子后才恍然大悟,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,看着就像落泊的流浪汉,更别提推销了。

推销大师法兰克·贝格曾说过,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眼坏印象时就失去了主动。

推销行业处处以貌取人,衣着打扮光鲜、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服饰与装束。

服饰在个人形象里居于重要地位。伟大的英国作家莎士比亚曾经说:“一个人的穿着打扮,就是他的教养、品位、地位的最真实的写照。”在日常工作和交往中,尤其是在正规的场合,穿着打扮的问题正在越来越引起现代人的重视。从这个意义上,服饰礼仪是人人皆须认真去考虑、去面对的问题。

衣着本身是不会说话的,但人们常在特定的情境中以穿某种衣着来表达心中的思想和要求。在销售交往中,人们总是恰当地选择与环境、场合和对象相称的服饰衣着。谈判桌上,可以说衣着是销售者“自我形象”的延伸、扩展。同样一个人,穿着打扮不同,给人留下的印象也完全不同,对交往对象也会产生不同的影响。

美国有位营销专家做过一个实验,他本人以不同的打扮出现在同一地点。当他身穿西服以绅士模样出现时,无论是向他问路或问时间的人,大多彬彬有礼,而且对方本身看来基本上是绅士阶层的人;当他打扮成无业游民时,接近他的多半是流浪汉,或是来借火点烟的。

有人以为服饰只要是时髦、昂贵就好,其实不一定。合适的穿着打扮不在奇、新、贵上,而在于你的穿着打扮是否与你的身份、年龄、体型、气质、场合等相协调。正如著名哲学家笛卡尔所说,最美的服装,应该是“一种恰到好处的协调和适中”的服务。

俗话说,佛靠金装,人靠衣装。从某种程度上说,得体的衣着打扮对销售人员的作用就相当于一个赏心悦目的标签对于商品的作用。如果你在第一次约见客户时就穿着随便,甚至脏乱邋遢,那么你此前通过电话或者电子邮件、信件等建立的良好客户关系,可能就会在客户看见你的一刹那全部化为乌有。你要想令客户对你的恶劣印象发生转变,那就要在今后的沟通过程中付出加倍的努力,更何况,有时候不论你付出多少努力,客户都会受第一印象的左右而忽视你的努力。

在选择服饰时,销售人员应该注意一点,那就是不论任何一种服饰,都必须是整洁、明快的,而且服饰的搭配必须和谐,千万不要为了追求新奇而把自己打扮得不伦不类。为此,销售人员实在有必要经常留心身边气质不凡的上司或同事,以及借鉴专业的杂志或电视节目等。

以下是衣着的七大原则:

1. 不要吝啬:在你的经济能力范围之内买最好的衣服。质料好的衣服穿起来令你显得更有气质,也较耐穿。你可以在上班、工作、宴会、旅行、休闲等不同时机选择不同服饰,但要多加选择搭配。
2. 适合场合:你不能穿着牛仔装去见银行总裁,你也不能穿着西装去玩足球。
3. 定期烫洗:油污、斑点、皱褶对你的推销有很大影响,会令人讨厌,应定期烫洗。
4. 小心收藏:好的衣服应该小心悬挂,以保持它们的形状。
5. 选择饰物:粗俗的领带、过大的皮带、扣子,或过重的首饰,会分散别人对你本身的注意。
6. 鞋子的搭配:鞋子和衣服的搭配要合适。而且在不同的场合和时间,鞋子也要注意有所选择。
7. 鞋子的保养:鞋子要擦得光亮,注意不要让鞋跟磨掉。

方式 2 不断学习,修炼气质

关键词:内在气质·优雅·热情

适用情境:只要你是推销员,不论什么时候都要注意内在气质的培养。

无可争议,杨澜是当今中国最出色的女性之一,她美丽、聪慧、优雅、知