

[第二版]

用表格规划你的营业之路

让你成为营业高手的10张基本要领表
使商品知识扎实的10张表
如何使营业情报与销售额直接连结
突破业绩瓶颈的10张营业策略表

以表格指导你的营业过程

如何确实实现营业战略
利用洽谈、协商掌握顾客
提案与事后追踪
如何使洽谈工作顺利进展

借表格培养你的营业技巧

如何处理顾客的抱怨纠纷问题
如何确实地开拓新客户
让顾客留下好印象的洽谈礼仪与接待方式
营业员如何磨练自己的实力

使业绩提升 3倍的表格

凭借表格——成就营业精英

凯信公司编辑部 译

Forms Making Sales Tripled

[第二版]

使业绩提升 3倍的表格

凭借表格——成就营业精英

凯信公司编辑部 译

Forms Making Sales Triped

图书在版编目 (CIP) 数据

使业绩提升3 倍的表格/凯信公司编辑部编译. —北京:企业管理出版社,1999.4
ISBN 7-80147-190-3

I.使… II.凯… III.销售—计划—表格
IV.F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 11095 号

北京市版权局著作权合同登记图字 01-99-0619 号

书 名:使业绩提升 3 倍的表格 (第二版)

作 者:凯信公司编辑部

责任编辑:杜敏

策划编辑:岑丽莹 王莹

标准书号:ISBN 7-80147-190-3/F·188

出版发行:企业管理出版社

地 址:北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编:100044

网 址:<http://www.emph.cn>

电 话:出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱:80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷:香河县闻泰印刷包装有限公司

经 销:新华书店

规 格:787 毫米×990 毫米 16 开本 17.25 印张 221 千字

版 次:2006 年 11 月 第 2 版 2006 年 11 月 第 1 次印刷

定 价:35.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换



派力营销 正在转型

——向中国营销同仁汇报派力营销未来的发展思路

引言：屈云波回到派力营销

因为多年身体透支等原因，加上天生自由散漫的性格，从科龙回京后，我第二次离岗休息了4年多（第一次是1990年把一个已经很赚钱的公司送给朋友去成电读书）。而历史的经验也告诉我，在状态的时候什么都能干成；反之，什么都做不成。

幸运的是，今年春节前后又有了干活的愿望和兴趣。当再次回到正常状态的时候，我检视市场和自己，毫无质疑，无论是我个人还是派力，在中国营销界还是非常有用；如果继续赋闲下去，于己于人都是一个极大的浪费。因为，在中国市场经济28年的历史中，中国营销界还没有几个人像我这样学术传播、咨询培训和企业实践都干过，而且一干就是19年，其中，派力营销也已经做了13年。

过去：派力营销曾是中国营销人的启蒙者

派力营销创办13年来，虽人来人往、一起一伏（主要是我个人的一来一去造成的），但始终不忘自己的立业宗旨和经营理念，那就是“传播专业营销，伴您健康成长”和“踏踏实实做人、扎扎实实做事”（现在是“等价交换，互信互敬”）。正是靠着这一信念的支撑和鼓励，一代又一代派力人在中国营销进步带来的动力和压力下，以铺路石的精神坚持到了今天，以一个小公司力所能及的各种营销知识传播

方式(图书、多媒体、文章、讲座、培训、咨询等),赢得了 500 万个中国营销同仁“中国营销人的启蒙者”的肯定和支持;同时,派力各届同仁也得到了市场不同程度的价值认可。

未来:派力营销将是中国营销人的终生伙伴

企业需要不断发展、营销人需要不断成长,这其中必然需求持续的、不断进步的咨询培训、知识传播和人才中介等专业营销服务,最重要地是要弄清你要服务哪群人(企业)、你能为他们提供什么样的服务价值。派力营销经过一年多时间的慎重研究,决定实施战略转型——即由过去“中国营销人(及企业和同行)的启蒙者”转型为“中国营销人(及企业和同行)的终生伙伴”。具体而言就是由过去的“大众入门水平的营销知识传播(图书、多媒体、文章、讲座、培训、咨询等)”为主,转向以“分众的分层次的营销人终生服务(人才中介、技能培训、管理咨询和知识传播)”为主,并借助于“中国营销人才网”和其他新的营销工具,以及不断提高的服务质量,使派力营销成为值得中国营销人(及企业和同行)越来越信赖的终生伙伴。

需要说明的是,派力营销的部分新业务如“营销人才猎头”和“中外营销文萃”已陆续启动,传统服务(咨询、内训、图书和多媒体)正快速复兴,但最重要的新服务项目“中国营销人才网”为大家开启服务的时间大约在 2007 年 4 月,请给我们足够的时间准备,我们会努力让中国营销界的同仁们看到您想要的东西。

顺便说一句,派力营销的战略转型需要很多新老朋友的支持和参与,尤其是志同道合的同业人才。

北京派力营销管理咨询有限公司合伙人

中国营销人才网发起人

屈云波

2006 年 10 月 1 日



目录

序	/1
---	----

第 1 章 让你成为营业高手的 10 张基本要领表 /1

表 1 找出营业活动的问题点并加以改善的确认表	/4
表 2 如何避免成为一个只会讲道理的营业员	/6
表 3 利用迅速的报告、联络、商议以取得上司的支援	/8
表 4 营业会议、一般会议的事前整理	/10
表 5 观摩超级营业员的营业活动	/12
表 6 有效做好时间管理的 15 项确认点	/15
表 7 将过去的成功体验活用于今后的活动	/16
表 8 建立自己的工作支援伙伴的确认表	/18
表 9 自我启发的事前准备	/19
表 10 营业活动扎根的 10 项不变原则	/20

第 2 章 使商品知识扎实的 10 张表 /23

表 1 培养商品知识的 10 大要件	/26
表 2 以实际作战磨练商品知识	/27
表 3 如何随时掌握最新的商品知识	/28
表 4 商品活用事例	/29
表 5 写出自己公司与其他公司的商品销售重点	/30
表 6 自己公司与其他公司的商品购买比较表	/32
表 7 如何配合顾客的关注、理解程度做商品解说	/34
表 8 如何组合销售的说话技巧	/36
表 9 回答顾客问题的自我确认表	/38
表 10 从 10 个观点去磨练商品知识	/40

第3章 如何使营业情报与销售额直接连结 /41

表 1 如何掌握最新的情报	/44
表 2 收集情报的 10 项不变原则	/47
表 3 情报整理表	/48
表 4 如何将情报做最大限度的活用	/50
表 5 活用个人情报成为组织的情报	/54
表 6 如何横向展开有效的营业活动	/56
表 7 如何依据顾客的水准,掌握营业活动的现状	/58
表 8 支援代理店营业员的活动	/62
表 9 如何将方针彻底推行到代理店	/64
表 10 顾客出现危机的 18 种征兆	/66

第4章 突破业绩瓶颈的 10 张营业策略表 /67

表 1 目标达成率确认表	/70
表 2 制定作战计划的 10 项不变原则	/73
表 3 如何确立行动目标并使之达成	/74
表 4 使营业活动扎根的 10 项原则	/77
表 5 重点顾客的排行表	/78
表 6 对重点顾客的个别作战表	/80
表 7 行动目标进展状况确认表	/84
表 8 攻占竞争对手公司的策略提示与应对对策	/86
表 9 与代理店的联手作战表	/88
表 10 营业作战计划的成果整理表	/89



第5章 如何确实实现营业战略 /91

表 1	目前营业能力的自我诊断表	/94
表 2	制定实行计划的 10 项基本原则	/96
表 3	掌握其他公司的营业活动	/97
表 4	行动指南实行计划表	/98
表 5	每周计划、前一天的行动计划填写表	/102
表 6	每季的重点行动计划表	/104
表 7	接洽大订单时的重点	/106
表 8	重新检讨实行计划的 10 个确认点	/109
表 9	情况不看好时的紧急应对表	/110
表 10	请求上司、相关人员给予支援的表格	/112

第6章 利用洽谈、协商掌握顾客 /113

表 1	事前准备的确认表	/116
表 2	制作方针说明的基本事项	/118
表 3	闲谈的 10 个基本要点	/119
表 4	重新整理顾客的希望与要求	/120
表 5	如何抢攻其他公司的市场	/122
表 6	与上司、技术者同行时的资料	/126
表 7	如履薄冰——确认拜访客户时的 10 个情性	/129
表 8	CS 营业活动确认表	/130
表 9	洽谈时如何促使对方做决定	/132
表 10	与制造者、进货者同行拜访客户	/134



第7章

提案与事后追踪

/137

表 1	提案型营业的 10 项基本原则	/140
表 2	设定提案的目标	/141
表 3	8 阶段的行动表	/142
表 4	支援顾客的部门方针	/146
表 5	如何准备回答顾客可能提出的问题	/147
表 6	掌握提案的时机	/148
表 7	制作提案书的基本确认要点	/150
表 8	如何不再功败垂成	/152
表 9	利用后续行动决定胜负	/153
表 10	如何提高进度表	/154

第8章

如何使洽谈工作顺利进展

/157

表 1	促使洽谈进展的 5 项提示	/160
表 2	从 7 项确认去掌握顾客的关注	/165
表 3	掌握洽谈的流程、经过	/166
表 4	与上司、相关部门合作推动营业	/168
表 5	确实掌握其他公司的动向	/170
表 6	访问顾客不可挑肥拣瘦	/172
表 7	如何应对出现危机症候的顾客	/173
表 8	举行有效果的例行会议	/174
表 9	如何应对差临门一脚的顾客	/176
表 10	阻碍洽谈进展的 10 个征兆	/177



第9章 如何处理顾客的抱怨与纠纷问题 /179

表 1	确认容易引起误解的 10 种暧昧表达方式	/182
表 2	如何防患顾客抱怨、纠纷问题于未然	/183
表 3	事先采取对策解决可能发生之问题	/184
表 4	针对顾客的抱怨、纠纷问题进行分析	/188
表 5	请求相关人员的协助	/190
表 6	与上司共同前往解决顾客抱怨时的检讨表	/192
表 7	掌握客户与其他公司之间的纠纷问题	/194
表 8	处理事例的整理表	/195
表 9	针对其他公司的纠纷问题采取相应的营业活动	/196
表 10	抱怨、纠纷问题处理完后的营业活动的 10 项基本原则	/198

第10章 如何确实地开拓新客户 /199

表 1	开拓新客户的 20 个固定招数	/202
表 2	列出预定招揽为顾客的对象	/204
表 3	向其他部门做横向展开	/206
表 4	商品销售重点整理表	/208
表 5	机敏掌握竞争对手公司的动向	/210
表 6	拟定访问新客户的流程	/212
表 7	掌握顾客的价值观	/214
表 8	交易签约的洽谈确认表	/216
表 9	开始与新客户进行交易时的重点	/218
表 10	如何将新客户培育为重要客户	/220



第 11 章 让顾客留下好印象的洽谈礼仪与接待方式 /223

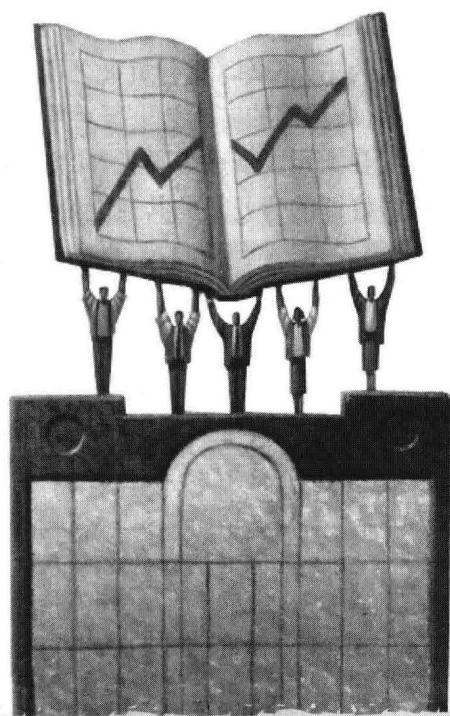
表 1 洽谈礼仪的 15 项禁忌	/226
表 2 让下班后的交际活动不失败的 10 个重点	/227
表 3 款待顾客的申请表	/228
表 4 款待顾客的报告表	/230
表 5 探索顾客喜欢的招待方式	/232
表 6 招待顾客时的 10 项禁忌	/233
表 7 加强与营业办事员之间的合作	/234
表 8 加强与顾客之间的信赖关系	/236
表 9 使顾客关系产生裂痕的 15 项危险信号	/238
表 10 使自己失去支援者的 15 项言行举止	/239

第 12 章 营业员如何磨练自己的实力 /241

表 1 营业员的 15 项行动重点	/244
表 2 防止营业活动惰性化的 10 项行动重点	/246
表 3 访问谢函的基本注意事项	/247
表 4 35 项显示意志消沉的征兆与克服方法	/248
表 5 客户交接表	/252
表 6 考虑以 10 个月的时间达成目标	/254
表 7 严格遵守对顾客的承诺	/256
表 8 如何加强执行能力	/257
表 9 如何加强营业能力	/258
表 10 成为优秀营业员的 8 项原则	/261

第1章

让你成为营业高手的 10 张 基本要领表



让你成为营业高手的 10 张基本要领表

如何使用第 1 章中的表

本章中的表是让你在出现下列情况时填写用的,即

- 发觉营业活动出现惰性时
- 该做的事都做了却看不到成果时
- 感觉自己的工作似乎美中不足时
- 对自己的营业活动不再感到喜悦、难过与遗憾时

以上这些情况的出现表示你对工作已经熟稔,不过这也正是最容易怠慢、造成无心之过的时候。当你发觉对工作产生惰性时,可以试着以“知道事情还不够、重要的是有没有去实行?”的观点,去填写本表看看。

藉由“每月基本行动重点”做自我要求,彻底做好基本工作,再将它纳入一年的实行计划中,这样可以磨练自己的营业能力。当业绩不是很理想的时候,可以集中以容易实行的客人为主,不必以所有负责之顾客为对象。但业绩好时,原则上反而应该以比较棘手、伤脑筋的客人为进行对象。

凭着自身的经验再配合上司或新进人员教育时学到的行动要领,不断提升自己水准是那些平常获得好评的营业员的共通之处。“要知道道理不难,难的是能不能持续去实行”——要成为一位干练的营业员,就必须去实践这点。

知道了这些道理,再配合活用本表的话,你的营业能力必然可以迅速提升。



各表的内容顺序	活用的时机	注意事项、其他
1. 找出营业活动的问题点并加以改善的确认表	· 每季检讨一次自己的营业活动以提高自己的能力水准 · 当已采取行动却无法提高实际绩效时	· 比照行动去严格判断自己的营业活动
2. 如何避免成为一个只会讲道理的营业员	· 营业活动似乎流于理论	
3. 利用迅速的报告、联络、商议以取得上司的支援	· 未做好事前的协商、报告、联络、致使营业活动产生障碍	· 以具体的方式表现
4. 营业会议、一般会议的事前整理	· 在营业会议、内部会议中变得有点随兴	· 参考必要的资料
5. 观摩超级营业员的营业活动	· 当作研拟实行计划时的参考资料 · 想不透为何自己并未偷懒,但却看不到成果,正为此苦恼时	· 以思想与自己相似,业绩出众的营业员为对象
6. 有效做好时间管理的15项确认点		· 严格自我要求
7. 将过去的成功体验活用于今后的活动	· 商业界的朋友不多,而且和这些人已三个月左右未通音讯时	· 以行动代替空论,做具体的整理
8. 建立自己的工作支援伙伴的确认表	· 自己发觉或别人指出自己最近“不得要领”时缺点的营业员	· 把自己假想成一位广受好评,又能设法弥补自己的人
9. 自我启发的事前准备	· 不想让自我启发只是喊喊口号时	· 设定对营业活动有正面影响的主题
10. 营业活动扎根的10项不变原则	· 当营业活动面临困难时 · 想要行动更彻底些时	· 以具体的方式表现



表

1

填写者

经	营	全
理	业	员
理	员	员

内 容

理	必	暗	努
论	须	示	力

找出营业活动的问题点并加以改善的确认表

提升水准之项目	水准		现状 分析		目标 水准
	上次	本次			
是否有受人欢迎的感觉					
是否养成积极思考的习惯？即使决定的事项与自己的意见相左，是否仍去进行？					
是否会发牢骚或抱怨？					
对于不同于自己意见的声音是否用心倾听？					
遇到困难时是否设法逃避？					
开始行动之前，是否先替自己找“做不到”的理由。以借口来逃避这些行动？					
行动时是否考虑到其他人在工作岗位中的立场？是否采取任何拓展自己视野的具体行动？					
在从事营业活动时是否给自己一些课题？					

留意点

- ★“目标水准”以1~7阶段填入为最适宜
- ★“对工作的影响”应具体填写
- ★严格地自我要求，并冷静做判断



客户总是会希望负责自己公司的营业人员是一个具有“杰出思考与行动能力”的人。你可以利用这张表确认一下自己是不是客户所要求的营业人员。

◇对今后营业活动所采取的态度◇

□ 对自我确认结果的个人感受

第一次 月 日

第二次 月 日

第三次 月 日

第四次 月 日





填写者		
经 理	营 业 员	全 员

内 容		
理 论	必 须	暗 示 力

如何避免成为一个只会讲道理的营业员

自己是否变得爱讲道理,常会说“欲达成○○就须××”等等一类的理论? 有哪些具体的例子?	在达成○○方面,采取了什么实际的营业活动?
有遭遇什么阻碍吗?	打算如何克服阻碍?