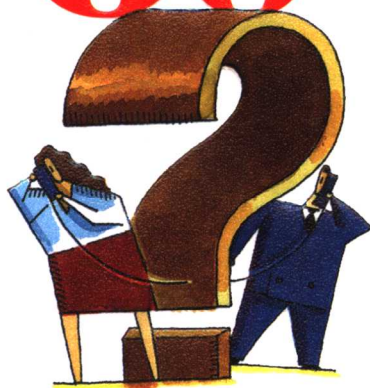


推销员

常犯的80个错误



[图解版]

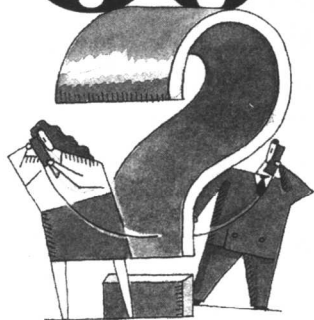
陈企盛 主编

一次细小的失误会使以往上百次的努力都付之东流

推销之路处处存在陷阱，但聪明的推销人员总能从他人的错误中吸取教训，不断纠正自己的行为，从而避免重蹈他人的覆辙。

推销员

常犯的80个错误



[图解版]

一次细小的失误会使以往上百次的努力都付之东流

陈企盛 主编

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书以示意图、框图和表格为主要手段,告诉读者 80 个推销员最容易犯的、也是对推销工作危害最大的错误,以及如何避免犯这样错误的相关正确做法,借此来提高推销员对这些错误的警惕性和免疫能力,从而提高推销员的推销业绩。

图书在版编目(CIP)数据

推销员常犯的 80 个错误:图解版/陈企盛主编. —北

京:中国纺织出版社,2007. 2

ISBN 978 - 7 - 5064 - 4178 - 0

I. 推… II. 陈… III. 推销—基本知识

IV. F713. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 149019 号

策划编辑:向连英 特约编辑:邓艳丽 责任印制:初全贵

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

香河县闻泰印刷包装有限公司印刷 各地新华书店经销

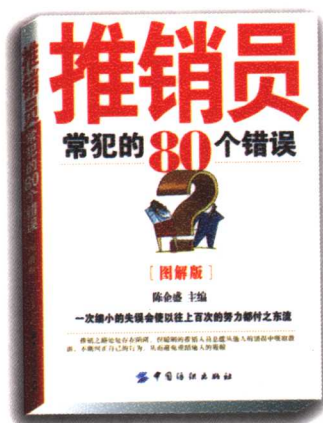
2007 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:18.75

字数:272 千字 定价:28.00 元

ISBN 978 - 7 - 5064 - 4178 - 0/F · 0759

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换



目 录

第一章 推销员最容易出现的心态问题

一、自信心不足	(1)
1. 对自己从事推销工作没信心	(2)
2. 对自己所在公司没信心	(2)
3. 对自己推销的产品没信心	(3)
二、自卑心理	(4)
1. 自卑心理产生的根源	(5)
2. 自卑心理在推销工作中的表现和危害	(5)
3. 推销员如何克服自卑心理	(6)
三、消极心理	(9)
1. 持消极心态的推销员的典型表现	(9)
2. 消极心理所产生的危害	(10)
3. 对消极心理的克服——培养积极的心态	(11)
四、恐惧心理	(13)
1. 无所不在的恐惧困扰着推销员	(13)
2. 恐惧心理对推销工作的消极影响	(14)
3. 如何克服恐惧心理	(15)
五、过分贪心	(17)
1. 过分贪心的表现	(17)

2. 过分贪心的危害	(18)
3. 树立正确的金钱观念	(19)
六、盲目乐观	(20)
1. 盲目乐观的表现	(20)
2. 盲目乐观产生的负面效应	(21)
3. 如何避免盲目乐观	(24)
七、懒惰	(24)
1. 寻找懒惰的根源	(25)
2. 懒惰的推销员的工作表现	(25)
3. 如何克服懒惰	(26)
八、对付心理	(27)
1. 对付心理的根源	(27)
2. 根除对付心理	(28)
九、没有恒心	(30)
1. 没有恒心的表现	(31)
2. 没有恒心的危害	(31)
3. 持之以恒,坚持不懈	(32)
十、安于现状	(34)
1. 推销员安于现状的表现	(35)
2. 克服安于现状、不思进取的心态	(36)
十一、总为失败找借口	(39)
1. 总为失败找借口危害推销员的工作	(39)
2. 抛掉借口,正确面对失败	(40)
十二、情绪不佳	(42)
1. 推销员情绪不佳的缘由	(42)
2. 推销员情绪不佳的主要表现	(42)
3. 克服情绪不佳的方法	(43)
4. 推销员积极情绪的培养	(45)

十三、心理不平衡	(46)
1. 推销员不平衡心理的产生	(47)
2. 不平衡心理的危害	(47)
3. 调整心态,保持心理平衡	(48)

第二章 推销员在准备阶段常犯的致命错误

十四、不了解自己的公司	(50)
1. 推销员不了解自己公司情况的主要表现	(51)
2. 推销员不了解自己公司情况的危害	(51)
3. 推销员如何了解自己的公司	(53)
十五、不了解要推销的产品	(56)
1. 推销员对产品不了解的表现	(56)
2. 推销员不了解产品的弊端	(56)
3. 推销员如何成为产品专家	(57)
4. 推销员掌握产品知识的好处	(59)
十六、不了解自己的客户	(60)
1. 推销员对客户不了解的表现	(60)
2. 了解客户的黄金法则——MAN 法则	(63)
十七、不了解自己的竞争对手	(66)
1. 推销员不了解竞争对手的表现	(66)
2. 推销员不了解竞争对手的后果	(67)
3. 正确面对竞争对手	(68)
十八、不了解自己的能力、优点和缺点	(69)
1. 推销员不了解自己的主要表现	(70)
2. 推销员应正确认识自己	(71)
3. 推销员正确了解自己的重要性	(72)
十九、没有制订工作计划或目标	(73)
1. 推销员没有设定目标	(73)

2. 推销员没有制订计划	(76)
二十、重理论,轻实践	(78)
1. 推销员重理论、轻实践的表现	(78)
2. 推销员重理论、轻实践的危害	(79)
3. 避免重理论、轻实践的方法	(79)
4. 如何行动起来	(80)
5. 推销员注重实践的重要性	(82)
二十一、目标过低	(83)
1. 推销员目标过低的表现	(83)
2. 设定高目标,与成功相约	(84)
3. 拟定高目标的好处	(86)
二十二、目标过高	(87)
1. 推销员目标过高的表现	(87)
2. 造成推销员目标过高的原因	(88)
3. 推销员目标过高的危害	(89)
4. 推销员应正确制定目标	(89)
二十三、以貌取人	(90)
1. 以貌取人的表现	(91)
2. 以貌取人的危害	(91)
3. 注意区分以貌取人和有针对性地对待客户的区别	(92)
二十四、目光短浅	(93)
1. 推销员目光短浅的表现	(93)
2. 做好眼前,兼顾长远	(94)
二十五、不做市场调查	(97)
1. 不做市场调查的危害	(97)
2. 进行科学的市场调查	(98)

第三章 推销过程中容易犯的致命错误

二十六、不注意穿着打扮	(101)
1. 推销员不注意穿着打扮的表现	(102)
2. 个人不注意穿着打扮的危害	(103)
3. 怎样注意穿着打扮	(104)
二十七、不良习惯时而显现	(104)
1. 不良习惯时而显现的具体表现与危害	(104)
2. 推销员在推销过程中应该养成的良好习惯	(105)
二十八、推销员在推销过程中不懂得推销礼仪	(106)
1. 推销员在推销过程中不懂得推销礼仪的具体表现	(106)
2. 推销员在推销过程中不懂得推销礼仪的危害	(107)
3. 推销员在推销过程中推销礼仪的具体应用	(107)
4. 推销礼仪在推销中的作用	(109)
二十九、不恰当的开场白	(109)
1. 不恰当的开场白的具体表现	(110)
2. 推销员在推销过程中不恰当的开场白的危害	(110)
3. 确立明确、简洁的开场白	(111)
三十、机械背诵说明书	(113)
1. 机械背诵说明书的具体表现	(113)
2. 机械背诵说明书的危害	(113)
3. 推销员在推销过程中可以使用的其他辅助措施	(114)
三十一、唱独角戏,缺少与客户之间的互动	(115)
1. 唱独角戏,缺少与客户之间互动的具体表现	(115)
2. 唱独角戏的危害	(115)
3. 推销员在推销过程中与客户互动的具体措施	(116)
三十二、不亲自示范产品	(117)
1. 推销员在推销过程中不亲自示范产品的具体表现	(117)

2. 推销员在推销过程中不亲自示范产品的危害	(118)
3. 推销员在推销过程中亲自示范产品的具体措施	(118)
三十三、不注意示范效果	(121)
1. 推销员在推销过程中不注意示范效果的具体表现	(121)
2. 推销员在推销过程中不注意示范效果的危害	(121)
3. 推销员在推销过程中应怎样注意产品示范的效果	(122)
三十四、试图战胜客户	(123)
1. 试图战胜客户的具体表现	(123)
2. 试图战胜客户的危害	(124)
3. 战胜陌生感,和客户成为朋友	(124)
三十五、与客户争辩	(125)
1. 推销员与客户争辩的常见情况	(126)
2. 推销员在推销过程中与客户争辩的危害	(126)
3. 抑制与客户争辩的冲动	(127)
三十六、过分推销	(128)
1. 过分推销的具体表现	(128)
2. 过分推销的危害	(129)
3. 适度推销	(130)
三十七、不敢拒绝客户	(130)
1. 推销员在推销过程中不敢拒绝客户的具体表现	(130)
2. 推销员在推销过程中不敢拒绝客户的危害	(131)
3. 推销员在推销过程中应该学会拒绝客户	(132)
三十八、夸大其辞	(132)
1. 推销员在推销过程中夸大其辞的具体表现	(132)
2. 推销员在推销过程中夸大其辞的危害	(133)
三十九、不能正确对待客户的异议	(135)
1. 推销员在推销过程中不能正确对待客户异议的具体表现	(136)
2. 推销员在推销过程中不能正确对待客户异议的危害	(136)
3. 正确处理客户的异议	(137)

四十、不能正确对待自己的错误 (138)

1. 不能正确认识、对待自己错误的表现 (138)
2. 推销员在推销过程中不能正确对待自己错误的危害 (139)
3. 如何正确面对自己的错误 (139)

四十一、无的放矢,不能切中要害 (140)

1. 推销员在推销过程中无的放矢,不能切中要害的具体表现 (140)
2. 推销员在推销过程中无的放矢,不能切中要害的危害 (141)
3. 切中要害,有的放矢 (141)

第四章 推销员与客户谈判时容易犯的致命错误**四十二、没有正确认识谈判的原则及特点** (142)

1. 推销员不了解谈判的原则及特点的表现 (143)
2. 推销谈判的原则及特点 (143)

四十三、没有正确的预期和底线 (147)

1. 推销员没有正确的预期和底线的表现 (147)
2. 造成推销员没有正确的预期和底线的原因 (148)
3. 推销员的正确的预期和底线 (148)

四十四、没有准备谈判计划和策略 (149)

1. 推销员没有准备谈判计划和策略的表现 (150)
2. 推销员没有准备谈判计划和策略的原因 (150)
3. 推销员如何去准备谈判计划和策略 (151)

四十五、材料、工具准备不充分 (154)

1. 推销员材料、工具准备不充分的表现 (154)
2. 推销员所需准备的材料、工具 (155)
3. 准备材料、工具的重要性 (157)

四十六、咄咄逼人 (158)

1. 推销员咄咄逼人的表现 (158)
2. 推销员咄咄逼人的危害 (159)

3. 推销员如何克服谈判时咄咄逼人的习惯	(160)
四十七、一味退让	(162)
1. 推销员一味退让的表现	(163)
2. 推销员一味退让的原因	(163)
3. 推销员一味退让的危害	(164)
4. 推销员正确的退让技巧	(165)
四十八、急于求成	(166)
1. 推销员急于求成的表现	(167)
2. 推销员急于求成的原因	(167)
3. 推销员急于求成的危害	(168)
4. 推销员如何促成交易	(169)
四十九、不会灵活变通	(170)
1. 推销员不会灵活变通的表现	(171)
2. 推销员不会变通的危害	(172)
3. 推销员不会变通的原因	(173)
4. 如何在谈判中能随机应变、灵活变通	(173)
五十、不能正确区分客户类型	(174)
1. 推销员不能正确区分客户类型的表现	(174)
2. 客户类型的划分	(175)
3. 怎样面对不同类型的客户	(177)
五十一、百密一疏,细节出错	(178)
1. 推销员细节出错的表现	(179)
2. 推销员细节出错的原因	(180)
3. 推销员如何避免细节出错	(180)
五十二、成交后的离开	(183)
1. 为何成交后不能立即离去	(184)
2. 成交离去时应注意的事项	(184)

第五章 推销员在交易完成后容易犯的致命错误

五十三、不注意售后服务	(187)
1. 推销员不注意售后服务的表现	(187)
2. 推销员不注意售后服务的危害	(188)
3. 售后服务的意义	(189)
4. 售后服务的一般原则和内容	(189)
五十四、与客户失去联系	(190)
1. 与客户失去联系的危害	(191)
2. 与客户保持联系的好处	(191)
3. 如何与客户保持联系	(192)
五十五、不注意发现问题	(195)
1. 不注意发现问题的危害	(195)
2. 不断发现问题,不断改进方法	(196)
五十六、不愿意学习	(197)
1. 不愿意学习的危害	(198)
2. 学无止境	(198)
五十七、不注意向公司反馈	(201)
1. 不注意向公司反馈的危害	(201)
2. 向公司反馈的好处	(202)
3. 推销员应适时向公司反馈	(202)

第六章 推销员在与客户交往中容易犯的致命错误

五十八、办事拖拉	(204)
1. 办事拖拉的表现	(204)
2. 办事拖拉的危害	(205)
3. 克服办事拖拉的习惯	(206)

五十九、办事不注意时机	(207)
1. 推销员办事不注意时机的表现和危害	(207)
2. 细心观察,捕捉正确时机	(209)
六十、圆滑虚伪	(210)
1. 推销员圆滑虚伪的表现	(211)
2. 推销员圆滑虚伪的危害	(211)
3. 真诚待人	(212)
六十一、不守时	(213)
1. 推销员不守时的危害	(214)
2. 推销员应该守时	(214)
六十二、丢三落四	(216)
1. 丢三落四的典型表现和危害	(216)
2. 克服丢三落四的毛病	(218)
六十三、缺乏应变能力	(218)
1. 推销员缺乏应变能力的危害	(219)
2. 推销员应提高应变能力	(219)
3. 推销中的常见突发事件及应对策略	(220)
六十四、斤斤计较	(221)
1. 推销员斤斤计较的表现	(222)
2. 斤斤计较的危害	(223)
3. 推销员不要过分计较	(223)
六十五、说话过于直接	(224)
1. 推销员说话过于直接的表现	(225)
2. 推销员过于直接的危害	(225)
3. 推销员要避免说话过于直接	(226)
4. 推销员语言委婉的好处	(227)
六十六、缺乏幽默感	(228)
1. 推销员缺乏幽默感的表现	(229)

2. 推销员缺乏幽默感的原因	(229)
3. 推销员应培养幽默感	(230)
六十七、泛泛而谈、表达不力	(232)
1. 推销员泛泛而谈、表达不力的表现	(232)
2. 推销员泛泛而谈、表达不力的危害	(233)
3. 推销员如何准确表达自己的意思	(233)
六十八、不注意倾听	(236)
1. 推销员不注意倾听的表现	(236)
2. 推销员如何进行有效地倾听	(237)
3. 推销员倾听时的注意事项	(238)
4. 推销员专注倾听的好处	(240)
六十九、措辞和话题选择不当	(240)
1. 推销员措辞和话题选择不当的表现	(241)
2. 推销员如何选择话题	(242)
3. 推销员具体选择的话题	(243)
4. 推销员选择恰当措辞与话题的好处	(244)
七十、应对客户的拒绝借口时语言不当	(245)
1. 推销员不会应对拒绝借口的表现	(245)
2. 推销员常见的拒绝借口	(245)
3. 推销员如何应对常见借口	(247)
七十一、肢体语言不恰当	(248)
1. 推销员肢体语言不恰当的表现	(249)
2. 推销员推销时的正确肢体语言	(252)
七十二、低三下四	(253)
1. 推销员低三下四的表现	(254)
2. 推销员低三下四的原因	(255)
3. 推销员低三下四的危害	(255)
4. 推销员应摆脱低三下四的状态	(256)

第七章 推销员在职业道德上容易犯的致命错误

七十三、不遵守公司纪律	(257)
1. 推销员在推销过程中不遵守公司纪律的表现	(258)
2. 推销员在推销过程中不遵守公司纪律的危害	(258)
3. 推销员应当遵守公司的纪律	(259)
七十四、与本公司同事恶意竞争	(260)
1. 推销员与本公司同事恶意竞争的表现	(260)
2. 推销员与本公司同事恶意竞争的危害	(261)
3. 与自己的同事和睦相处	(261)
七十五、攻击竞争对手	(263)
1. 推销员攻击竞争对手的表现	(263)
2. 推销员攻击竞争对手的危害	(264)
3. 与对手公平竞争	(265)
七十六、诋毁竞争对手的公司形象	(266)
1. 推销员在推销过程中诋毁对手公司形象的具体表现	(266)
2. 推销员在推销过程中诋毁竞争对手公司形象的危害	(267)
3. 正确面对竞争公司	(268)
七十七、用不正当手段争夺客户资源	(269)
1. 推销员用不正当手段争夺客户资源的表现	(270)
2. 推销员用不正当手段争夺客户资源的原因	(270)
3. 推销员用不正当手段获取客源的危害	(271)
4. 推销员怎样正确获取客户信息	(272)
七十八、不诚信	(273)
1. 推销员不诚信的表现	(273)
2. 推销员不诚信的危害	(274)
3. 推销员必须诚信处世	(275)

七十九、泄露公司机密与客户隐私	(276)
1. 泄露公司机密和客户的隐私	(276)
2. 推销员在推销过程中泄露公司机密与客户隐私的危害	(277)
3. 推销员在推销过程中如何保守公司机密和客户隐私	(278)
八十、诋毁未购买产品的客户	(278)
1. 推销员诋毁未购买产品的客户的各种表现	(279)
2. 诋毁客户的危害	(279)
3. 即使客户不购买, 仍要感谢他	(280)
参考文献	(282)