

板川山輝夫・天野雅雄 / 著

推銷辭令

—— 掌握顧客101法則

陳 義 / 編譯

新學
社
船
學
PDG

序

曾到歐美各國考察的人，往往會在回國的報告會中，得意洋洋地發表：「我認為不必學習外國語文，只要懂得 thank, sorry, please 就夠用了」，而如此的想法正表示出他們只是以 thank, sorry, please 等來達成考察、訪問的目的。實則如果不懂對方的語文及語言的使用方法，是絕對無法掌握其民族感情及意見的。

不僅如此，在經理階層及推銷員中，也有不少入發表與上述想法相同的議論，依他們的看法：「誠意即是根本，只要誠心誠意去說服對方，就一定能夠成功。」筆者雖不否定誠意及說服的重要性，但誠意、說服不過是做任何事都應具備的基本心理準備，並非特別重要的推銷技術。由於這般人的此番言論，反倒容易予人他們沒有其他的能力的印象。

現代的推銷員並不只是個售貨員而已，雖然其工作範圍已漸漸擴大為市場銷售、訂貨、顧客的管理、商品供應計劃及各種促銷活動等，但筆者可肯定地說，推銷的基本工作仍在於與顧客間的人際關係、感情、思想等傳達活動上，特別是面對面的交談。

本書即針對上述特點，依推銷技術的整個程序，做重點及扼要的說明。

所謂技術的整個程序，即是指面對他人時，所採取態度的程序。例如拜訪親戚朋友時，免不了稍事寒暄，談些客套及家常，然後才將話題移轉到正題上；但是推銷與一般的訪問不同，應該由對象來看自己。大多數顧客都將推銷員視為「不速之客」，難免產生排斥、反駁，甚至敵視的情形。因此本書將告訴各位如何應付對方的反駁、排斥及敵視，以達成推銷預期的目的。

板川山輝夫

天野雅雄

目 錄

第一章 推銷的基本原則及心理準備

1	推銷必須運用科學的方法.....	2
2	能讓顧客樂於犒賞的推銷員.....	4
3	熱愛公司、商品及顧客.....	6
4	推銷員都使用相同的推銷法則.....	8
5	避免產生觀念的誤解.....	10
6	了解服務的眞意.....	12
7	推銷員最大的敵人是自己.....	14
8	不要變成不生蛋的雞.....	16
9	努力的學習才能成功.....	18

23	電話交談的效果及限制.....	44
22	電話中易忽略的缺失.....	42
21	聽眾不一定是顧客.....	40
20	需要掌握對方的「言外之意」.....	39
19	須以尊敬的稱謂稱呼對方.....	37
18	敬語是由三個主要的部份構成的.....	36
17	賦予語言意義的是聲音.....	34
16	適時地使用各地方言.....	32
15	「情報」所佔的比率正在增加.....	30
14	以「卒」爲「將」侵入敵陣.....	28
13	沒有誠意的推銷是詐術.....	26
12	說話技巧是商品流通的推進力.....	24
11	推銷員應是個演藝人員.....	22
10	由顧客的態度來學習的推銷法.....	20

第二章 與顧客接觸的說話技巧

24	克服訪問顧客的恐懼心理	48
25	用下列方法擺低潮狀態	50
26	準備周全後再進行訪問	52
27	提早七、十分鐘進行訪問	54
28	判斷對方是否有購買之可能性	55
29	開場白需具說服力	58
30	經由他人介紹的銷售	60
31	交換名片也有規則	62
32	讓對方記住名字的方法	63
33	介紹人是訪問利器	65
34	注意門的開關方式	67
35	隨聲附和法	69
36	再訪活動更為重要	71
37	使用電話安排面訪的要點	73

第三章 令人信服的說話技巧

39	面訪時間與銷售成果有關	78
40	留意對方的神情	80
41	由舉動看出對方的警戒心理	82
42	由表情看出對方的反抗心理	84
43	銷售產品的效用	86
44	增加顧客的臨場感	88
45	沒有商品知識便無法說明商品	90
46	以理性及感情吸引購買慾	92
47	每樣商品的花費都是成本	94
48	銷售用具的效果	96
49	實物操作比任何語言都有效	98
50	電話可做為道具	100
51	顧客不同對產品的質疑也不同	103

第四章 提示商品時的要點

52	固定銷售的推銷要點	106
53	推銷生產貨品之要點	108
54	推銷人員的工作技術要點	110
55	推銷辦公機器的要點	112
56	推銷汽車的要點	114
57	耐久商品的推銷要點	117
58	房地產的推銷要點	119
59	家電用品的推銷要點	122
60	書籍的推銷要點	124
61	運輸業的推銷要點	126
62	石油的推銷要點	128
63	藥品的推銷要點	131
64	建築材料的推銷要點	133
65	玩具的推銷要點	135

66	鐘錶的推銷要點	138
67	纖維的推銷要點	140

第五章 應付顧客反對的方法

68	顧客說「我不要這個，我要那個」時	144
69	顧客說「我不需要這個東西」時	146
70	顧客說「我沒有錢」時	148
71	顧客說「價錢太高了」時	151
72	顧客說「我總覺得新產品」時	153
73	顧客說「我考慮一下」時	155
74	顧客說「我朋友在別家廠商服務」時	157
75	顧客說「以前使用過但效果不好」時	160
76	以探問方式應付不愛說話的顧客	162
77	以傾聽方式應付愛說話的顧客	165
78	推銷方式需配合顧客的個性	167
79	不要任意聽從顧客的指揮	169

80	滿足顧客的求知慾·····	171
81	積極地誘導顧客·····	173
82	如何應付理論型的顧客·····	175
83	以恭敬的態度應付顧客·····	177

第六章 進一步說服的技巧

84	真正的推銷員能進一步說服對方·····	182
85	洞察顧客的心理·····	183
86	隨時注意顧客態度的變化·····	185
87	注意顧客突然的變化態度·····	187
88	不要忽略顧客的暗示·····	189
89	不要懼怕做進一步詢問·····	192
90	善用「如果……那麼您會……」的言辭·····	194
91	積極說服必須使用良好技術·····	197
92	巧妙地使用契約書·····	199
93	謹防交易的破裂·····	201

第七章 處理顧客要求的方法

94	顧客提出要求的原因·····	206
95	使用系統作業·····	208
96	感情上的處理應較優先·····	210
97	將顧客的要求視為良機·····	212
98	「傾聽」顧客的真正需求·····	214
99	對顧客的問題表示贊同·····	216
100	推銷員如何受到好的評價·····	218
101	說話技巧之使用由雙方決定·····	220

第一章

推銷員的基本原則

及心理準備



1 推銷必須運用科學的方法

如今已是科學時代，無論是生產、市場、宣傳廣告各方面，皆由於技術上的進步而進入科學的領域；唯獨推銷技術幾近半世紀沒有改變，甚至有人認為「推銷只要靠堅強的意志、運用腳力、並避免說些歪理，按照這幾項原則親自體驗，便可有很好的成果。」抱持類似瞎貓碰到死老鼠的看法，忽視銷售活動的重要性。

我們應知道當今無論是國與國的戰爭，或是企業間的競爭，無一不運用電腦及經濟理論以掌握必勝的原則，惟有推銷活動還停留在以前用刀槍迎戰火繩槍的時代，因此必須將以前勞力多而成果少且單憑直覺及經驗的推銷方法，轉換成以較少勞力獲取較多成果的科學推銷技術，否則企業界及推銷員將很難有所發展，甚而難以存續下去。

所謂科學的推銷技術，是指銷售時巧妙地運用推銷辭令，使推銷活動得以結合顧客的心理。經我們分析幾個推銷成功的實例後發現，這些實例具有許多共同點並可找出幾個固定的類型，另外對顧客的購買方式剖析的結果，不難發現顧客的心態及行動也有其共同點及固定的類型，這些



即所謂推銷的科學法則。

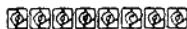
從事蠟製作的J公司分公司董事長K氏對職員們說：「不論國籍，也不論人種，推銷的原則都是一樣的，這是我當推銷員時，在洛杉磯接受推銷員進修的結論，相信如果將這種結論應用在推銷科學上，任何人都會有相同的體認。」

T道路股份公司營業課第二課長M說了下面一段話：

「我們公司有一個名叫B的營業人員，他三個月前因為所服務的化妝品公司裁員，所以才進入本公司。今早他忽然來找我並對我說：『我認為無論是推銷一支一百元的口紅也好，或是承辦一億元的道路建設也好，無論買者、賣者，或是訂立契約的雙方，他們的心理都是一樣的。』」由M所說的話可知，以前在化妝品公司當零售推銷員的B，轉任建設公司營業員後，於訪遍政府各機關單位期間，不知不覺領悟了推銷的法則。

因此，我們必須有系統地學習這類成功推銷員的推銷科學法則，並活用於日常的推銷活動上，如此才能在現代激烈競爭的銷售環境中取得勝利，只要活用這些推銷科學法則，即使是不善於推銷或是自覺不適合擔任銷售的人，也都可以成為一流的推銷員。

【法則】為取得勝利，必須運用科學方法。



2

能讓顧客樂於犒賞的推銷員



每年到了歲末或季節的末期，公司總會為已達成的營業目標而給予有功職員適度的獎賞，當然獎賞有其一定基準，通常達到業績標準以上，或是已接近業績標準的員工，或多年來為公司貢獻心力的職員，都是公司獎賞的對象。

然而，這種獎勵活動乃出自公司對有功職員的鼓勵，不過員工們有時也需要顧客的支持與鼓勵，而那種員工能讓顧客樂於犒賞他們呢？一般而言，總是由銷售人員請顧客的情況較多，但是現在却有顧客招待銷售人員的情形，我們只要根據下面的例子便可了解這點。A詢問好友B說：「我需要一個經理人才，你替我找找看有沒有適當的人選。」結果B就將自己賞識的C推薦給A。幾個月後，A打電話給B說：

「老B！你替我介紹了一個非常適當的人選，他真是個不可多得的人才，我不知道該如何感謝你，以我們的交情如果要送你厚禮又顯得過於生疏，不如我請你喝一杯吧！」

這時我們可以將B當作是一名推銷員，由於B能夠向A推薦C這樣適當的人選，所以獲得A

的熱忱招待；可見任何推銷員必須具備將優良、適宜的產品推銷給顧客的條件，才能贏得顧客的讚賞。

顧客說：「M先生，謝謝你的幫助，今晚我想請你喝一杯，因為你的協助，使我各方面的工作都變得非常順利，所以我今天無論如何一定要好好謝謝你。」

M說：「那裏的話，只不過是舉手之勞……。」

顧客說：「啊呀！M先生你不要再推辭了，今晚你務必要接受我的招待。」

總之，能夠受到顧客讚美或是熱忱招待的，才算是一流的推銷員。當然，要獲得顧客賞識是不能有任何附帶條件的——如將貨品價格降低以要求顧客請客，或洩露同行的情報以換得顧客的招待等。而必須純粹是顧客出自內心的舉動。

「你有沒有女朋友呢？我認識一個既漂亮又溫柔的女孩，我認為你們是合適的一對……。」

「你的朋友中有沒有人願意擔任數學家教，說來真不好意思，我的小孩明年就要考高中了，但是他數學一直跟不上其他的同學……。」

這兩段話的對象都是推銷員。第一段談話是顧客想為推銷員介紹理想的女朋友，而第二段談話是顧客向推銷人員說出家中的難題，這些都表示顧客非常信任推銷員的人格，相信能受到對方這般重視的推銷員，其業績必定很好，因此筆者認為說話的技巧與銷售之間有密切的關連性。

【法則】吸引顧客重視你的存在。

3 熱愛公司、商品及顧客

住在東京的X君是筆者的老朋友，他雖然已經六十歲了，但仍是一家房地產公司從事房屋銷售工作，他告訴筆者說：

「十二、三年前，當我在經營水果店時，從來買東西的家庭主婦們口中得知，她們都非常希望擁有一間環境幽雅的住屋，我忽然間便興起為更多的人提供環境適宜住屋的念頭，所以才擔任房屋銷售員，我非常喜愛我的工作、公司及顧客。」

像X君這樣由於熱愛工作，進而喜愛自己的公司、顧客的人，一定也是個珍視生命並且生活充實的人。由他的這段話中，我們可以肯定地說，這種熱愛公司、商品、顧客的態度，便是他成為成功推銷員的主要秘訣。

以前的人不明瞭人類何以對某些事物產生好惡的真正原因，然而現今由於心理學的蓬勃發展，專家學者們已分析出人類情感好惡的要因，如有的人之所以討厭貓、狗，可能由於他在幼小時