

一分鐘推銷員

新銳的思考力，一流的行銷策略指南

S • 詹森 / L • 威爾森 • 著
廖松濤 • 譯

THE
ONEMINUTE
SALES
PERSON



經營管理 (49)

一分鐘推銷員

●新銳的思考力，一流的行銷策略指南

S·詹森／
L·威爾森 著

大展出版社 印行



序 文

這一本「一分鐘推銷員」，是為了在目前競爭激烈的市場中，出奇致勝，提供您藉著活用「新銳的思考力」，所表現的推銷態度及技術的書籍。

在美國最成功的推銷員，實際上，他在各行各業的數百家大機構中，曾擔當過市場調查、促銷企劃的副總經理，收集其畢生的經驗、工作中的敏銳洞察力，及其精闢獨到的忠告，就是本書的血脈精華。

在本書，還溶合了明尼蘇達州明尼阿波利市中的威爾森拉尼公司本部，所提供的可貴智慧。該公司在過去二十年內，已經訓練了五十萬名以上的推銷員；而且，花了十年的功夫，收集了顧客購物心理的資料。這些新近流行的「站在顧客的觀點」，構成了本書銷售觀念的核心主題。

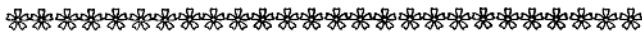
「一分鐘推銷員」更是繼國際知名的暢銷書「一分鐘經理」之後，推出的巨著。為了讓讀者有十足的收穫，更希望能對照本書的系列作品「推銷自己——推銷者的自我管理方式」，共同研讀，則將是我們的榮幸。



最大的願望仍是希望諸君，能把在「一分鐘推銷員」中所學的，善加活用，再結合本身具備的銷售知識，使您的緊張情緒減至最低，並且提高您的銷售業績。

史賓沙·詹森

拉里·威爾森



目錄

I 任何人都是推銷員.....七

1 探求推銷的祕訣.....八

2 和一分鐘推銷員的接觸.....一三

3 基於目的進行的推銷術.....二三

II 向羣衆推銷（銷售經營）.....三五

1 銷售前的關鍵性數分鐘.....三六

2 銷售中的關鍵性數分鐘.....四七

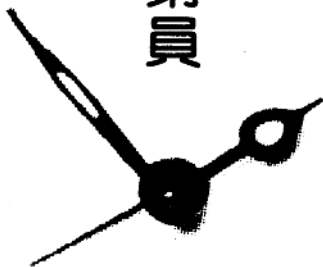
3 銷售後的關鍵性數分鐘.....六〇

III 向自己推銷（自我管理）.....六七

1 一分鐘推銷目標.....七三

2	一分鐘自我稱讚法.....	八六
3	一分鐘自我叱責法.....	九四
IV	〔一分鐘推銷員〕的說明.....	一〇一
V	新的〔一分鐘推銷員〕誕生.....	一二三
1	給自己的禮物.....	一二七
2	給大家的禮物.....	一二〇
	譯者後序.....	一二二

I
任何人都是推銷員



1 探求推銷的祕訣

曾經有一位相當成功的推銷員。

他不僅對自己的銷售成功，用心揣摩而已，對任何事物的判斷力，都能以親身的體認，豐富的心思來處理。

不但心境平和，在經濟上也能獨立，有安全感；同時身體健康，人際關係又相當良好；贏得所有親戚朋友的尊敬與稱讚。

許多人都想跟這個推銷員交易。甚至，有更多的人想和他作朋友。

但是，並不是說他的推銷工作一直都是平坦無波，從來沒有失敗過。

不惜血汗、拼命苦幹，卻比不上其他推銷員的那一段辛酸歲月，仍然記憶猶新。

不過，回過頭來看看目前的自己，發覺現在擁有的知識與智慧，著實令人可喜。而且，本身具備的能力，並不等閒視之，而能實質的加以活用。

好不容易到了最後，發覺自己已經學會了如何充裕地面對各種事情時，自然而然就能展現盈盈笑臉了。

從小就認為，成功的人大都不管是男是女，也不論自己是否已經意識到了，任何人都高明的推銷員。

「成功的生意人，就是能夠把自己提供的服務價值，推銷給別人的人。」
我一直如此認為：

「一個能善盡親職的父母，可以說就是把幸福以及多彩的人生推銷給兒女的父母。成功的領導者，就是推銷自己的能力，滿足人人的所需所求。即使是科學家，他之所以能夠成功，就是把自己的構想，賣給提供研究資金的人，藉此，也才可能完成自己的研究工作。」

在此，突然憶起大學時代，經常思索著下面這一件事：

「如果已經具備良好的銷售能力，不管從事什麼工作，一定可以做得很好。」

於是，在學期間，就開始嘗試各種不同的銷售工作。

如果，偶有順遂如意的銷售成績，總會歡天喜地一場。當時，我就有這種想法了：

「這樣嘛！好像大家都願意買『我』這個商品哩！」

不過，反過來，如果硬是推銷卻無人問津的時候，我就有被遺棄的感覺。

「反正，像我這樣的人，本來就不適合做推銷員！」

也曾經如此自怨自艾過。

在大學，學的雖然是市場企畫，畢業之後，我發覺對於銷售這一門，幾乎連像樣的學習都沒

有。

我所專攻的是市場企畫，它是調查一般人的購物意願，開發一般人想要的商品，提供良好的服務，設定能夠和競爭得起的售價，讓顧客方便購買。

況且，市場企畫與銷售之間，偶而也有互相抵觸的時候。

當我進入大企業，投身銷售工作時，才切身地體會到，商品知識與「如何說動蠢蠢欲購的顧客」是多麼地重要；和顧客面談時，該如何巧妙地應對他們的異議，並加以反駁，在銷售的過程中，商品知識與說服能力是多麼不容忽視。

但是，當我越鑽進銷售工作的浩瀚領域，越發覺做為銷售的大前提，就是我們必須強化「顧客都是一群不願意購買物品的人」的印象。

從事銷售員的工作，就是動動腦筋，並且以堅定的態度，改變人本來都不願意購買的心意——也就是使顧客由不買而購買的一種工作。而且，所謂的超級推銷員，無可否認的，就是能夠將這個工作做得完美無誤的人。

可是，這樣的想法，總令我無法認同。

然而，慢慢地過了一段時間之後，對於相當棘手的挑戰，也能樂於應付。事態越是難理，越能引發自我的規律與死纏活賴的耐力奮鬥下去。譬如：鞭策自己，雖然心裏並不那麼熱切地渴望去做，卻還是提起勇氣，踏出門去多做一次充分的拜訪。

如此努力累積的結果，終於大大地開花結果了，每年完成了二百次以上的推銷訪問。而且，從中獲得了相當的回報。不但比一般的人達到更高的銷售業績，更大大地賺了一筆。

於是，我下定決心，在一年之內還要增加一百次的推銷訪問。不料，卻發生了一件奇怪的事：營業額卻不見得提高啊！而且，一點樂趣都沒有。於是，我更加鼓舞自己。然而，繼之而來的是一陣挫折感。

挫折的原因，來自多方面。

首先，爲了完成每月的固定業績，就必須日以繼夜地完成許多推銷的任務。有時，也會和別人一樣，爲自己的成績是好是壞，尙難確定而徬徨若失。

又，訪問的對象，往往有不理不睬的冷淡態度。許多人甚至擺出，他就是要強迫我們上當來的那種架勢。

要做的事情相當多，時間卻總是不夠。有時候，覺得連準備的餘裕都沒有，就必須和顧客見面了。

想要增加收入的期待的確很大，然而，也會不期然地掛念果真實際能達到嗎？

令人覺得諷刺的是，對於頂頭上公司的銷售經理並不怎麼感興趣的顧客，銷售員卻明白不得不給自己加壓力去說服顧客。

販賣這種工作，應該是可漸入佳境與樂趣的。然而，我這個推銷員，卻還不懂得箇中滋味。

和其他推銷員一樣，在內心深處有一絲恐懼——結果是不是令人討厭，遭人拒絕。搞不好，還有人看到我這個推銷員就退避三舍！每一想到這些情景，總叫我無法忍受。

更不幸的是，即使自己想要否認處於那種情況下的窘境，然而，在今日如此變化激烈的世界裏，我相當清楚銷售這種工作，已經逐漸複雜化了。在說服顧客的說話技巧上，和好幾年來業績蒸蒸日上時候如出一轍，爲什麼到了今天卻發揮不出一點效力？

當時，我突然想到一件令人難以置信的傳說。

剛好，我聽到可以稱爲傳說中的推銷員的事蹟——聽說那個人比其他人的銷售業績來得高，他的表情神態卻比一般人都來得悠閒，好像對自己的非凡成就大爲喜樂。

根據某些人的說法，原因雖不太明確，不過大家都叫那個人爲「一分鐘推銷員」。

於是，我再度肯定，我們這些推銷員，一定還有更好的販賣方法。也確信，必然可以回復到以往自己經常體驗到對販賣工作充滿的喜樂，業績又能蒸蒸日上的成功之路。

所以，我鼓起勇氣，決心要探求這位謎樣的推銷員，其所以致勝的祕訣，打算見他一面。

2 和一分鐘推銷員的接觸

電話那頭傳來的聲音，委實讓我嚇了一大跳。我以為應該是悠哉和氣又令人尊敬的「推銷員」，卻不料對方是大企業的會長。

「很高興和您見面，聽您的語調，我覺得似乎已經明白您想談的內容……。」
會長這麼說。

打電話的人，發覺自己的心事已被洞察似的，立刻問道：

「我的聲調聽起來那麼令人困擾嗎？」

「不，我只是覺得您好像是用古式推銷法，到處兜售，卻處處碰壁的人似的。」

會長這麼回答。

「這麼說，像我這樣的人，倒不是首次遇見囉！」

「正是，好像是和我以往所見的其他先生同樣地，有心要學習的樣子，隨時都歡迎你來。」

說完，會長就掛了電話。

這位推銷員，爲了明日的會面，覺得興奮莫名。

進入豪華氣派的辦公室後，過了一會兒，他坦率地表明，能夠和這位歷經豐富推銷經驗的會長見面，實在是無限的驚訝。

迎面而來的會長，立刻指出目前近一〇〇〇家的運動衣公司，其老闆大半都是營業部或市場開發部門出身的。會長自己也是經歷多年的製品、服務等販賣工作起家的。現在，偶而幫人企畫，提供智慧，也兼任許多公司的高級主管。

環視整個辦公室，發現在辦公桌上放置一塊小小的扁額，上面寫著：

『生產—販賣—雜碎』

會長於是做如下說明：

「縱然有再珍貴的構想，如果賣不出去，充其量也只不過是一堆垃圾，廢紙罷了。

譬如，目前我擔任著維護世界和平，避免世界全面戰爭的地方首長委員會的委員。如果我有
一個非常傑出的構想，卻不被兩大強國採納，也是毫無意義。」

「您說得一點不錯。好像到現在還沒有忘記，自己曾是推銷員啊！」

「成功的人，不論是誰，我覺得都是最好的推銷員。」

這位平步青雲、萬事順遂的經營者如此回答。

於是，那個推銷員慢慢地，把自己心中的疑問，表白出來。

「曾經，我深信販賣就是一切的所有；但是，現在我卻一點自信都沒有。我覺得該做的已經

都做了……。」

「這麼說你必定是讀遍萬卷書，儘量找機會激勵自己，到處會見顧客，夜晚、週末也經常不眠不休地工作……說得沒錯吧！」

這位前輩說到這裏就止住了口。

「爲什麼您這麼清楚？」

「而且目前的收益已經達到遞減的地步，再怎麼下功夫、熬夜苦幹，業績仍處於一蹶不振的狀態……」

「說得正是。況且，工作心情已不像以前那麼愉快。」

「我並不想再刺傷你的痛處，只是提供你一個參考，在我創下自己最高營業記錄的那幾年，一週平均只實際工作二十個鐘頭。」

這位前輩如是說。

「哇！真服了您。這也就是我想要請教的地方。我聽說您的能力相當高，大家都稱您是「一分鐘推銷員」，到底是怎麼回事？」

結果，會長這麼回答我：

「大家都這麼說嗎？其實，我倒懷疑真正知道我的致勝原因的人，到底有幾個。」

然後，帶著微笑，在紙條上寫了什麼，交給他的客人。結果，紙上這麼寫著：

『一分鐘推銷人 (SALES PERSON) 』

「不是 SALESMAN，而是 SALES PERSON。」

「以前，我有一位非常能幹的上司。大家都稱他爲（一分鐘經理）。意思是他能在極短的時問——也就是在最重要的幾分鐘裏，重點處理，完成重大的任務。」

他只教我一些非常簡單的原則，然後鼓勵我善加活用，將之應用於銷售的工作。

現在，我敢寫『一分鐘推銷人』的原因是，它變成幫助我在販賣過程中，想出最重要的祕訣的一個原動力。

他所謂的大原則，就是這麼簡單：

一件一件

在銷售的背面

都有一個一個人

也就是說，負責銷售的人，都是一個個不同的個人；亦即各有其人格存在的人 (PERSON)。而另外還有一個人，那便是許多人稱之爲顧客或客戶。實際上也是一個「人」。這個「人」，不管是男是女，如果把他（她）視爲「物品」來處理；或者，不把他們當成一位具有人格的個人