

推销员的业绩在很大程度上决定着公司的效益

MARKETING SKILLS-21 RULES FOR GOLD SALESMAN

推销 Marketing 真经 Skills

金牌推销员的21条军规

热爱推销

推销：新世纪最重要的工作之一

易达 编著

不抛弃，不放弃

没有离开的客户，只有离开的推销员

坚信自己

自信是成功推销的基础

要学会忍耐

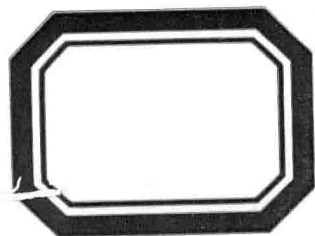
忍耐是成功推销的基石

把客户当作朋友一样对待

推销员的真诚度决定客户的接受度



中国青年出版社



业绩在很大程度上决定着公司的效益

MARKETING SKILLS-21 RULES FOR GOLD SALESMAN

推销 Marketing 真经 Skills

金牌推销员的21条军规

易达 编著

(京)新登字083号

图书在版编目(CIP)数据

推销真经/易达编著. —北京:中国青年出版社, 2010.9

ISBN 978-7-5006-9542-4

I. ①推... II. ①易... III. ①推销 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第179513号

出版发行:中国青年出版社

社 址:北京东四十二条21号

邮政编码:100708

网 址:www.cyp.com.cn

编辑电话:(010) 57350508

责任编辑:李茹 Liruice@263.net

营 销:北京中青人出版物发行有限公司

电 话:(010) 57350522 (010) 57350524

印 刷:聚鑫印刷有限责任公司

经 销:新华书店

开 本:700×1000 1/16

印 张:16

插 页:2

字 数:200千字

版 次:2010年10月北京第1版 2010年10月第1次印刷

定 价:28.00元

本图书如有印装质量问题,请与出版部联系调换

联系电话:(010) 57350526



序

推销,是现代商业活动的重要组成部分,推销员的业绩在很大程度上决定着公司的效益,金牌推销员也往往是企业里最炙手可热的人物。

推销的门槛不高,岗位需求也很多,乍看起来容易上手,但能够在推销岗位上坚持下来并获得成功的人并不多,这是因为推销不仅是收入最高的工作,同时也是最艰苦的工作,它毫不留情地考验着推销员的耐心、毅力和智慧,经受不住的人是无法在推销行业立足的。

要想获得推销事业的成功,推销员要能深入理解客户的需求,针对客户需求找出有效的解决方案,并用完美的行动完成具体工作。要做好这些,推销员必须拥有如下几种素质:正确地理解推销职业;优秀的推销理念;良好的心理素质;积极向上的心态;自我学习的习惯;与客户交往的技巧;产品推销技巧。

可是推销新人在刚刚进入推销行业时,大都还不具备这些素质,所以面对工作总是感到千头万绪、困难重重,不知从何入手,很容易就会陷入一些推销误区,常有推销员因为说错话、办错事、用错了推销方法而导致推销失败,但是他们并不知道自己错在哪里,在越来越多的失败中渐渐失去了自信,最后只能黯然放弃这份工作。

为了帮助推销新人走出困境,笔者从西方经典推销学的理论基础出发,

结合自身多年在推销一线的实战经验,针对推销新人在实际工作中遇到的问题总结出了金牌推销员的21条军规,用硬性的规定让推销新人能够有章可循、有法可依,推销新人只要认真学习这些军规,并用它们来严格要求自己,就能在工作中不断提高自己的推销能力,驾轻就熟地掌握推销技能。

本书内容涵盖推销理念、心态养成、心理素质、推销方法、成交技巧等方面,将推销的学问寓于一个个生动、翔实的案例之中,深入浅出地讲解推销的心理规律和实用技巧,极富启发性与可操作性。阅读此书,推销新人可以了解影响客户购买行为的真实原因,能够看到使推销获取成功的种种方法,这些军规会在不知不觉间渗入到推销工作中最细微的地方,让推销新人能尽快掌握金牌推销员的成功技巧。

推销是一个创造财富精英的职业,也是最能激发潜能、展现自我的职业,这让推销成为无数职场新人的共同选择。本书用军规式的行为准则来培养推销员成功的习惯,既可作为推销新人的入门读物,也可作为推销员自我提高的参考读物,是所有怀着金牌推销员梦想的年轻人都不应错过的指路明灯。

在此,一并对参与本书编写的成员:张志军、袁建财、王振伟、闫博、封科、李光亮、孙占领、张艾莉、李忠良、王新源、赵静、李绍玲、王章文、杜延起、张萍、刘芳、张志勇表示感谢!

目录

CONTENTS

● 序 / 001

● 第 1 条军规 首先热爱推销 / 001

推销:新世纪最重要的工作之一 / 002

正确认识推销这个行业 / 004

推销是体现自我价值的表现 / 005

推销能够提升自我 / 006

热爱推销是优秀的保证 / 007

● 第 2 条军规 合理地掌控目标、计划和时间 / 011

设立目标,令推销员有的放矢 / 012

合理地制订并实行推销计划 / 015

学会利用时间,提高工作效率 / 018

● 第 3 条军规 不抛弃,不放弃 / 023

抛弃潜在客户,就是抛弃自己 / 024

潜在客户的寻找方法 / 026

没有离开的客户,只有离开的推销员 / 029

● 第 4 条军规 坚信自己 / 034

自信是成功推销的基础 / 035

组成自信的 4 个元素 / 038

自信的培养和维护 / 042

帮助推销员获得自信心的小技巧 / 044

● 第 5 条军规 克服恐惧,把被拒绝当做一种享受 / 047

恐惧:谋害推销员的毒药 / 048

推销,从被拒绝开始 / 049

正视客户拒绝,从中学习经验 / 052

挺直腰板——推销员克服恐惧三步走 / 056

● 第6条军规 必须熟悉自己的产品 / 059

先熟悉产品后推销 / 060

坚持使用自己推销的产品 / 064

通俗易懂地描述产品 / 066

用 FABE 法介绍你的产品 / 069

● 第7条军规 要学会忍耐 / 071

忍耐是成功推销的基石 / 072

不能硬碰硬,要学会示弱 / 073

控制情绪的方法 / 076

从忍耐中觅得良机 / 079

● 第8条军规 主动出击 / 082

积极的推销员创造业绩 / 083

推销员主动性的培养 / 085

主动出击的技巧 / 088

● 第9条军规 时刻保持良好的健康状态 / 95

身体健康是成功销售的保障 / 96

保持健康心态,提高推销效率 / 98

珍惜健康,创造业绩 / 102

第10条军规 第一时间拿出亲和力 / 107

● 亲和力=竞争力 / 108

时刻保持婴儿般的微笑 / 109

恰当的谈话方式能增强你的亲和力 / 112

遇事镇定,练就“好脾气” / 115

完善自身,遵循培养亲和力的原则 / 117

● 第11条军规 注意形象,给客户留下好印象 / 119

好形象是推销员的敲门砖 / 120

- 保持好形象要从“头”开始 / 121
- 遵循原则,合理着装 / 124
- 注意脚上的细节 / 128
- 第 12 条军规 把客户当做朋友一样对待 / 131
 - 推销员的真诚度决定客户的接受度 / 132
 - 决不欺骗客户 / 134
 - 说话要照顾客户的感受 / 135
 - 记住客户的姓名 / 137
 - 经常联系老客户 / 140
- 第 13 条军规 运用口才,有技巧地与客户沟通 / 143
 - 推销商品,就是用口才与客户沟通 / 144
 - 训练口才的方法 / 145
 - 巧用口才,盘活推销 / 148
- 第 14 条军规 做客户的忠实听众 / 156
 - 学会倾听,有助于推销的进行 / 157
 - 做客户的标准“听众” / 160
 - “听”并及时回应着 / 163
- 第 15 条军规 学习学习再学习 / 166
 - 不断地学习,铸就金牌推销员 / 167
 - 学习推销要跟对人 / 168
 - 自我学习要实践 3% 原则 / 170
 - 储藏知识,让你每天都有进步 / 172
- 第 16 条军规 注意一切细节 / 177
 - 细节影响推销的成败 / 178
 - 观察细节,抓住客户需求 / 179
 - 注重细节,获得心理加分 / 181
 - 成功的推销,源于细节的积累 / 187

- 第 17 条军规 及时化解客户的异议 / 189
 - 首先尊重客户异议 / 190
 - 异议的类型和来源 / 191
 - 处理异议的原则 / 194
 - 选择适当的答复时机 / 195
 - 处理异议的技巧 / 197
- 第 18 条军规 放下面子才能拿“金牌” / 202
 - 金牌推销员不怕“丢面子” / 203
 - 主动认错不会丢面子 / 206
 - 为客户留面子,就是给自己找面子 / 208
- 第 19 条军规 要做谈判高手 / 213
 - 谈判的两大原则 / 214
 - 避开对手布置的陷阱 / 217
 - 谈判的策略 / 219
- 第 20 条军规 善于敦促客户成交 / 225
 - 主动要求才能成交 / 226
 - 把握成交的时机 / 228
 - 促成成交的技巧 / 230
- 第 21 条军规 永远向前看 / 238
 - 止步不前就等于倒退 / 239
 - 锐意进取的推销员才能成功 / 242
 - 保持强烈进取心的方法 / 244
 - 永远走在最前面 / 248

1

第1条军规 首先热爱推销

许多推销新人虽然敢于迈出推销生涯的第一步，但直接面对客户时不是坐立不安手足无措，就是语无伦次，甚至还不断加上自己的口头禅。为什么平时口若悬河的人，与客户交谈起来却变成了这个模样？这是由于他们内心深处缺乏对推销的热爱，认为这是一个卑微的职业，自觉在客户面前低人一等，这种态度将推销变成了不可能完成的任务。

事实上，推销只是社会上无数行业之一，贬低它或将它说得天花乱坠都是不合适的。只有了解这个行业，才能真正克服对推销的偏见，进而热爱推销。乔·吉拉德说过：热爱推销是推销成功的最大要素，也是唯一的要素。因此，热爱推销自然成了金牌推销员的第1条军规。

■ 推销：新世纪最重要的工作之一

推销，是成功不可或缺的元素。人们也许会以为推销只是推销员的事，却没有意识到自己所成就的任何事业都是与之密切相关的：大企业需要向社会推销它的企业文化；学校需要向求学者推销其师资力量和办学成绩；学者需要向媒体推销自己的思想；公务员需要向国家推销他的素质；职员需要向公司推销他的才能……无处不在的推销，在所有成功的人类活动中都发挥着重要的作用。

翻翻中国古代历史，只要是有大成就的伟人，无论是政治上的百里奚、商鞅、吴起，军事上的孙子、伍子胥，还是思想界的孔子、韩非子，到张仪、苏秦，他们周游列国目的不在其他，仅仅在于推销他们的政治主张与才能。诸葛亮虽然称自己“苟全姓名于乱世，不求闻达于诸侯”，似乎做了老死山林的准备，但实际上他早已让水镜先生司马徽、徐庶等人向刘备推销自己了，否则刘备怎么会对一个毫无了解的人三顾茅庐呢？庞统的自我推销手段虽不如诸葛亮，只能四处毛遂自荐，还被孙权拒绝过，但是他屡败屡战，最后面试刘备成功，也成为历史上的一号人物。至于那些空老山林足不出户的人，由于在历史上没有留下痕迹，我们现在甚至叫不出他们的名字。

可见从古代开始，成功者的行动中就都或多或少带有推销的成分。社会上流行的成功学绝大多数都是讲推销管理，这并非偶然，不管你打算做什

么,具备推销能力都是成功的必要条件。

现代社会的分工细化让推销从其他角色里独立出来,推销员和其他工作比起来显得更加推崇成功,因为在这个行业里只有两种状态:要么做一个成功的推销员,要么只能是个失败的推销员。没有任何缓冲地带可以让人形成惰性,属于这个职业的一切观念都会促使你不断进步,而这种意识也正是导致金牌推销员成功的原因。当整个社会都充满推销的精神时,这就是一个积极向上的社会。

在市场经济的条件下,推销对社会、企业、个人都有着巨大影响,有人甚至称推销是推动社会经济发展的主要动力。美国学者桑德尔指出:推销已经成为企业成功的决定因素,它主宰着利润、投资、生产和就业。

现在,从事推销工作的人越来越多,日本每五人里就有一位推销员,中国的六千万推销员队伍正在不断扩大,有人预言在不久的将来,推销员将成为中国人的首选职业,因为你可以工作中不断成长,它能为你带来众多发展机遇,它能提供个人创业所必需的历练,还能使你获取丰厚的收入回报,从事推销工作还让你不受直接的约束,有相当大的工作自由,同时也能够实现贡献社会、服务大众的理想。

新世纪里,推销的盛行是生活理念转变的标志:社会资源依靠推销获得合理分配,个人从事推销实现自身价值,人们接受推销让生活变得更加丰富。在我国,消费需求的增长还有巨大上升空间,城乡居民的消费潜力十分可观,比起那些市场饱和和经济长期停滞的发达国家,从事推销工作将更加大有可为,积极追求成功的推销工作是充满了挑战和机遇的工作,也是新世纪最重要的工作之一。从事推销,热爱推销,将让你的生活变得绚丽多彩!

■ ■ ■ 正确认识推销这个行业

在传统观念里,对推销的看法大都是负面的。这些负面看法归纳起来有如下几点:

1. 酒好不怕巷子深,好商品不需要推销;
2. 推销就是骗顾客买不需要的东西;
3. 从事推销工作的多是文化低、没什么本事的人;
4. 推销工作赚不了大钱,而且工作不稳定,随时可能被炒掉;
5. 被推销的商品一定是伪劣的商品。

让我们来逐条分析这些不知阻挡了多少渴望入行者脚步的似是而非的认识:首先,我们生活在一个供大于求的社会,面对着细化到极致的难以胜数的产品,推销是日常生活不能缺少的服务,它能帮助人们更好地满足自己的需要;其次,推销员的工作目的不是每次都要卖出东西,而是在了解顾客的需求后根据自己的专业知识提供适当产品,在方便客户选择的情况下多卖商品,认为推销员是卖给客户不想买的東西的观点只是盲人摸象罢了;最后,在产品匮乏的年代,大多是学历较低而且专业背景较差的人从事销售工作,而现在,企业必须将最优秀的人员放在销售岗位上了,很多名牌大学毕业生都跨入了这个竞争激烈的行业,成为一名推销新人。至于说推销工作赚不了大钱和被推销的商品一定是伪劣的,是缺乏事实依据的。

与这些空洞的观点相对的,吉尼斯世界纪录房地产销售第一名、号称“冠军推销员的缔造者”、全球第一销售训练师汤姆·霍普金斯认为,在商业社会中,不具备特别好的条件而又渴望人生富足的人,选择推销是改变自己

生活层次的最佳选择,因为它拥有太多的好处:

1. 不需要启动资金,无风险;
2. 收入无上限,多劳多得;
3. 在对工作的时间安排上有最大的自主权;
4. 完成如此艰难的工作,能赋予你极强的成就感;
5. 能够给你带来挑战感,让你不断超越自己。

前一种观点是基于老年人对世界一成不变的看法,经不起事实的冲击;后一种观点则充满了活力和进取心,在现代社会中处处可以找到印证。哪种观点更有价值,相信稍有常识的人都会做出正确的选择。天行健,君子以自强不息,自强不息的推销员并不卑微!

■ 推销是体现自我价值的表现

满足人们物质需要的是生产和流通,流通包含的不仅仅是物流,还要在众多选择中告诉消费者他需要什么,帮助他做出选择,让消费者有明确的认识而放心消费。这是比物流更难也更人性化的服务,完成它的就是直接和客户打交道的无数终端——推销员,而推销员也因为自己辛勤工作提供的高质量服务而得到丰厚的回报。

据美国经济权威部门统计,推销员的收入在54种职业中排名第6,平均年薪超过20万美元;在政治地位上排名第11,与教授、医生、企业家并驾齐驱;在“你希望和从事什么职业的人结婚”的调查中,推销员成为最受欢迎的职业。

推销是实现了销售环节流水线进化的伟大革命,在没有机器参与的情况下,人的主观能动性得到最大发挥,创造性被最大限度地激发出来,推

销员们的能力在这种环境里得到空前的提高,从而在人生道路上能获得巨大成功。乔·吉拉德连续 12 年荣登世界吉尼斯纪录大全世界销售第一的宝座,同时也是全球最受欢迎的演讲大师,曾为众多世界 500 强企业精英传授他的宝贵经验,来自世界各地数以百万的人被他的演讲所激励;乔·库尔曼在 29 岁那年成为美国薪水最高的推销员之一,在 25 年的推销生涯中,他销售了 40000 份寿险,平均每日 5 份,这使他成为美国的金牌推销员,还是第一位连任 3 届美国百万圆桌协会主席的推销员;李嘉诚从 17 岁起就在一家五金制造厂以及塑胶带制造公司当推销员,开始了香港人称之为“行街仔”的推销生涯,由于出色的推销成绩,他 18 岁就做了部门经理,两年后又被提升为这家塑胶带制造公司的总经理;和李嘉诚一样,世界上 90% 以上的巨富都从推销员干起,推销的经历为他们的成功加上了重重的砝码。

推销作为体现自我价值的表现,已经被主流社会接受。推销,已经成为现代社会获得成功的人士必经之路!



推销能够提升自我

推销界从不缺少英雄和神话,这在现代社会里是很少见的。在集中化程度如此高的时代,人们大都甘于做流水线上的螺丝钉,有突出成绩也主要是由于团队配合或领导有方,再就是时运转到了这个行业,虽然没人会否认你的成绩,但上述各种因素的存在让人们不会再将你当成英雄,只有在运动场和推销界,才能听得到为英雄喝彩的欢呼声。所谓英雄,最大的特点是能不断挑战自己,运动员想拿金牌就得不断挑战自己身体的极限,想做金牌推销员也需要不断挑战自己的能力。

推销难不难做？不管是否从事过这个行业，大家可能都会很容易理解推销的艰难，因为谁都有拒绝推销者的经历。推销员作为流动的销售终端，没有传统的门面支撑，只身面对客户对陌生事物的怀疑、恐惧，其中的艰难可想而知。在美国，据行业内统计，推销员每年的淘汰率是25%，在所有职业里是最高的。这份工作之所以困难，就在于是否挑战自己的能力是要靠自己决定，如果你不去寻找挑战，只想干轻松的工作，那么迟早会被市场淘汰。推销，实际上就是要挑战自己的能力。

日本保险业的泰斗，被称为“推销之神”的原一平曾经在给一个陌生青年的信里写道：“我的成功主要是我认了个好老师，那就是磨难。这就是我为什么不希望 you 离开保险业。我认为你现在就在一个磨难的环境中，你一定想拨开天空的乌云，如果你想跟一个成功者学习，它就是磨难。”所谓“艰难困苦，玉汝于成”，在这封信里，原一平道出了推销的真谛：直面磨难，挑战自我。

推销这个行业可以不断提升从业者的自我能力，是每个进步人士都希望得到的生活，如果你想不断超越自我，不断成功，那么你就应该从事这个行业，喜欢上这个行业。

■ 热爱推销是优秀的保证

热爱是一种富有魔力的药水，可以使你心里充满希望，脚下装上弹簧，看到的一切都格外美好。热爱是一种心态，它可以在你的言谈举止中自然而然地流露出来，表现为一切你可以想象的美好词汇。有了热爱，你才能感染人、打动人，让客户对你产生信任进而接受你的产品。

实践证明,推销员自身的热情在使其成功的作用中占 95%,而产品知识只占 5%。很多初入推销行业的销售新人虽没有学会太多的推销技巧,却能不断将产品推销出去,创造出相当不错的业绩,其原因就是他们热爱自己的事业。对于一个推销员来说,技巧并不是最重要的,业绩的创造往往始于热爱。

李女士,45岁,原来是国营企业的一名普通女工。2000年她下岗了,原本不太宽裕的生活更加拮据,而她的情绪也因此非常低落。后来,她在朋友的劝说下加入了一支销售队伍,之后情绪发生了明显的变化。见到朋友时常滔滔不绝地介绍她的产品,使人感受到一种发自内心的对成功的强烈渴望。其实李女士的成功欲望非常简单,就是希望上初中的孩子以后能够上好的高中、大学。要实现这个心愿就必须热爱推销,这样才能多挣钱,所以从加入销售行列的那天起,她就经常到朋友那里推销,并希望朋友给她介绍更多的客户。

这时的李女士已经完全摆脱了以前的沮丧,进入一种十分积极勤奋的状态,她这种对成功的强烈渴望与对推销的热爱正是销售人员最基本的态度。或许有的推销员会认为这种热爱只是源于生活所迫,而自己本来是没有这种感情的,这样勉强自己产生的虚假热情怎么能感染人呢?

这种说法乍看之下很有道理,确实存在很多推销员的热情让人感到不真诚,反而让客户别扭。但是请注意,这里强调的热爱推销是对推销活动的热爱,而不是单指对销售所得收入的热爱,推销活动不仅仅是建立在推销员的利益之上,而且还包括提供给客户和产品的利益。在推销活动中,客户获得的利益将会比推销所得的利益还要多;如果没有推销的话,工厂就得停工。这里涉及三个方面的利益,如果真正了解推销,那么就应该全面地看待这个工作,而不只是将谋利当做唯一的目的。如果在推销工作中只能看到自己的利益,那么只有对自己的热爱是真诚的,对产品、对客户就无法真诚起来,三个元素只有一个,怎么能算是热爱推销呢?这样当然要勉强自己才能看上去像是热爱推销