

凝聚力与爆发力内训秘笈

翟鸿燊 著

世界500强

推销员精神训练课

为企业造就一支敢打硬仗的先锋兵团！



甘肃文化出版社

世界 **WORLD** 500强

推销员精神训练课

只有销售才能实现利润，其它都是成本。

—— 翟鸿燊（本书作者）

任何战无不胜的团队、民族乃至国家的惟一保障，
就是强化精神凝聚力！

—— 拉·甘地（精神教父）

ISBN 7-80714-071-2



9 787807 140719 >

ISBN 7-80714-071-2

定价：26.00 元

世界500强

推销员精神训练课

翟鸿燊 著



甘肃文化出版社

图书在版编目(CIP)数据

世界 500 强推销员精神训练课/翟鸿燊著. —兰州:
甘肃文化出版社, 2004. 12
ISBN 7-80714-071-2

I. 世... II. 翟... III. 推销心理学
IV. F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 141173 号

责任编辑 贾 立
责任校对 余 晋

世界 500 强推销员精神训练课

翟鸿燊 著

出版发行:甘肃文化出版社
社 址:兰州市庆阳路 230 号
邮政编码:730030
电 话:(0931)8454246

印 制:北京柯蓝博泰印务有限公司
厂 址:通州区宋庄镇徐辛庄西
邮 政 编 码:101119
经 销:各地新华书店

规 格:787×1092 毫米
开 本:16 开
字 数:126 千

印 张:15.75
版 次:2005 年 1 月第 1 版
印 次:2005 年 1 月第 1 次

书 号:ISBN 7-80714-071-2

定价:26.00 元



翟鸿燊

中国国际人才工程学院院长、北京大学企业家拓展训练中心总监TAT（思考力、行动力、表达力）创始人、道昂国际集团董事长、DAM拓展机构总裁、中国企业管理研究所高级研究员、培训总监。

出版畅销书《领导的力量》、《说在恰到好处》、《超级行动力手册》等作品，成功组织“首届国际营销节暨中国营销创新论坛”，并被评为“中国最佳营销教练”。

曾经服务、培训过的企业有：中国联通、保险公司、中原油田、宇通客车集团、上海始峰集团、国强集团、天坛生物有限公司、山东淄博大亚金属制品有限公司、婷美集团、颀睿公司、多维药业、银曼公司等数十家企业，曾多次在人民大会堂作高级策划人及企业总裁的培训。



在首届国际营销节上，摘取“中国最佳营销教练”桂冠的翟鸿燊教授和来自美国的国际营销大师科特勒先生同台演讲。

世界五百强之所以能够做强做大，就是因为他们十分重视第一战场——营销战。营销战成功的关键就在于能否培训出敢打硬仗的高效兵团，建立一支有强大精神支柱的推销敢死队。

—— 中国行销实战大师
翟鸿燊 如是说



精神无敌

精神

—*—

无敌

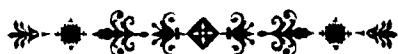
世界五百强之所以能够成就霸业，成功的因素固然很多，拨云见日，就会发现其最关键的因素——企业精神。也就是说，任何响当当的大企业，任何成气候的团队，都会有一套系统的令人团结奋进的先进理念，一套目标导向型的文化体系。

精神就是团队的核心竞争力，缺少了“精神”，任何企业都将成为一盘散沙！

精神文化，就像空气一样，是看不见摸不着的，然而，精神文化却是企业竞争成功与否的关键。企业精神即为“企业信仰”，这是企业经营中的核心部分。当今社会，企业精神已经比品牌效应取得了更重要的地位，因为消费者越来越信赖的是企业本身，其次才是企业的产品。因此，如果没有企业精神，企业将难以存活。

企业精神一旦形成，将为企业带来巨大的利益。企业的员工将会以为企业工作为荣，愿意把企业当成自己的事业，在此度过整个职业生涯，从而处处为企业利益着想，实现企业利益的最大化。一个领导者如何建立起一套有效的企业精神，并使之有效传达，为员工所充分接受和理解，这是十分重要的。面对千变万化的市场，企业必须不断做一些调整，以便使企业保持活力和竞争力，从而也就更要求有一个有效的精神管理，建立更有效的企业精神，使企业从产品企业变为精神企业。

坚持走自己的精神之路，这是所有世界优秀企业的不二法则，世界上没有一种通用的核心精神理念可以让所有企业都获得成功，但是所有的优秀企业都始终不移地去执行他们所



信奉的理念。

海尔的核心价值就是“创新”，精神理念就是“真诚到永远”；沃尔顿在说明沃尔玛的第一个核心价值观时说：“把顾客放在前面，如果你不为顾客服务，或不支持为顾客服务的人，那么我们不需要你。”世界五百强之一的默克制药公司，它的企业精神文化就是“保存和改善生命”，而不是为了赚钱。企业不能仅仅为钱而存在，必须有超越金钱之上的力量作为企业生存下去的支柱，这就是企业的核心价值观。

世界五百强之所以能做强做大，就是因为他们十分关注和重视第一战场——营销战。营销战能否成功的关键就在于对推销员的训练，就在于将企业的精神理念不折不扣地传递到每一个推销员的大脑中，从而形成了一支有高度凝聚力、敢打硬仗的高效兵团。

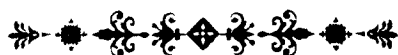
一些做不大的企业和一些发展比较缓慢的企业，究其原因，最重要的就是因为他们没有建立一支有强大精神支柱的强有力的推销敢死队。

精神引导一切，有什么样的精神，就有什么样的业绩。谁能驾驭精神，谁就能财源广进。精神理念的动感火焰正在燃烧，它照亮了行进的方向，使企业蓬勃发展，兴旺繁盛！

本书八堂培训课是由国际顶尖培训激励大师翟鸿燊先生从世界五百强的培训课程中精心提炼而成。希望能对中国的企业家们建立自己强大的团队有所帮助，尤其能对企业的推销员进行凝聚力和战斗力训练提供具体的帮助。

最后祝愿你的企业能训练出一支敢打硬仗的高效兵团，能确保在市场上所向无敌。

二〇〇五年元月



目 录

第一课 清除垃圾课

- 垃圾 1 不能让人一见倾心……3
- 垃圾 2 不敢当众展示自我……6
- 垃圾 3 老把别人当傻瓜……8
- 垃圾 4 大脑噪音太多太杂……11
- 垃圾 5 在交锋中总是操之过急……13
- 垃圾 6 大意失荆州……15
- 垃圾 7 大脑制不住身体……18
- 垃圾 8 总做一锤子买卖……20
- 垃圾 9 简单模仿盲目跟风……23

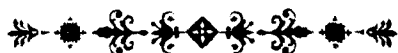
第二课 观念重建课

- 观念 1 选我所爱,爱我所选……27
- 观念 2 别为推销而推销……30
- 观念 3 随时保持巅峰状态……32
- 观念 4 每个人都可能是你的顾客……36
- 观念 5 不要“卖”而要“帮”……39
- 观念 6 你是“光明的使者”……42
- 观念 7 一切从赞美开始……44
- 观念 8 从满意到感动……47
- 观念 9 用快乐生产金钱……49

目

—*—

录



第三课 意志打造课

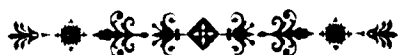
- 坚持 1 往下三尺有黄金……55
- 坚持 2 跟你的客户“谈恋爱”……58
- 坚持 3 危机面前尽显成熟……62
- 坚持 4 推销从拒绝开始……65
- 坚持 5 有“在一棵树吊死”的执着……69
- 坚持 6 咬定成交不放松……71
- 坚持 7 敬业精神必不可缺……75
- 坚持 8 掌控自己的情绪……78
- 坚持 9 简单的事情重复做……82
- 坚持 10 不妨来点“厚黑”精神……84

第四课 勇于拼搏课

- 拼搏 1 相信自己有敢拼的实力……91
- 拼搏 2 敢拼才会有自己的天下……94
- 拼搏 3 敢于挑战人生败局……97
- 拼搏 4 要有一股争强好胜的“犟脾气”……100
- 拼搏 5 我奋斗,我成功……102
- 拼搏 6 用智慧和精神打败对手……104
- 拼搏 7 改变不好的 追求更好的……107
- 拼搏 8 带着强烈的企图心去拼搏……109
- 拼搏 9 早起的鸟儿有虫吃……111

第五课 理性思考课

- 理性 1 从新的角度看待老问题……117



- 理性 2 善听比善辩更重要……121
- 理性 3 用兵之道,以“计”为首……125
- 理性 4 现场推销莫忘“清君侧”……128
- 理性 5 不要苛求完美……131
- 理性 6 人心齐泰山移……133
- 理性 7 人脉就是钱脉……138
- 理性 8 推销是一个教育过程……143
- 理性 9 信誉是你最大的资产……146

第六课 迅速果敢课

- 果敢 1 一分钟决定推销成败……151
- 果敢 2 做一个“心灵捕手”……153
- 果敢 3 判断要快又要准……158
- 果敢 4 快速斩断对方的摇摆心态……160
- 果敢 5 及时扮演好多重角色……163
- 果敢 6 当场让人相信你的话……167
- 果敢 7 在演示中抓住胜机……170
- 果敢 8 挖掘电话里的金子……173
- 果敢 9 当场摆平异议……175

第七课 激励鼓舞课

- 激励 1 铲除自己的自卑感……181
- 激励 2 用微笑解除对方的防御意识……184
- 激励 3 压得越低弹得越高……187
- 激励 4 出门前放大自己的梦想……189
- 激励 5 要有自己的精神标语……192
- 激励 6 是想要还是一定要……196



- 激励 7 我是竞技场上的斗牛士……198
激励 8 我的命运我主宰……202
激励 9 我是敢于走弯路的人……204

第八课 摆平解决课

- 策略 1 用周密的计划步步推进……209
策略 2 动手前多进行想象性预测……212
策略 3 绝不打无准备之仗……216
策略 4 推销产品前先推销自己……219
策略 5 预约电话不谈生意……223
策略 6 发挥建设性拜访的妙用……226
策略 7 用淘金精神选准潜在客户……229
策略 8 在“推销点”上巧妙构词……232
策略 9 向重点客户做向上销售……237
策略 10 吃透人性,战无不胜……240

第一课

清除垃圾课

不能让人一见倾心

不敢当众展示自我

老把别人当傻瓜

大脑噪音太多太杂

在交锋中总是操之过急



洗去污垢 我们将活在童话般的世界



La Ji Yi

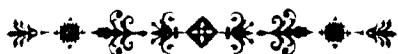
垃圾 ①

不能让人一见倾心

对于一位推销员而言,必须首先能被对方接受,如果一见面就给人一种讨厌的感觉,对方唯恐避之不及,还言什么推销。也许,你没有吸引他人的俊俏、靓丽的容貌,但如果你天生对别人感兴趣,喜欢与人交往,容易发现他人优点,富于同情心,待人真诚,就像是一个销售“幸福”的人,那么在你的人格及个性中就已具备了让人一见倾心、被他人接受的要素了。而这种素质,就是人们所常说的“亲和力”。

有一位三十出头的女士,第一次参加某公司应聘时,就问东问西,和周围所有的陌生人打招呼,根本不把自己当成一个外人。她第一次来,连公司看门老头姓什么都知道了。她发自内心地希望了解别人,似乎有一种与生俱来的亲和力,她的这些表现并不是为了达到销售业绩去和别人交流,而是交流本身就让她感到非常高兴。这位女士到公司后第一个月就开始出业绩,第二第三个月已经非常出色,销售额是其他人的十几倍。还有一家贸易公司的赵先生,平时总是笑呵呵的,说话没遮拦,有心无心地甚至会把底价告诉对方,但他的销售业绩非常好,被人称为“你是一个谜”。

研究表明,作为一名优秀的推销员,按照超级推销法的要求,应在3—5分钟内使一个原本陌生的顾客建立一见倾心的亲和力。物以类聚,人以群居。只有交易双方在十分融洽的环境



中,双方都不好轻易否定对方从而达到不让对方说“不”,而顺利完成交易。

那么对于一名推销员,怎样才能和千差万别的各式各样的顾客达成共鸣,建立一见倾心的亲和力呢?

有一句话叫:“话不投机半句多”,半句都多了当然下面就是说“不”了。那么如何在推销过程中,规避这种情况,不给顾客说“不”的机会呢?

首先就要找到共同语言,即实现语言同步。

为了与顾客实现语言同步,就要把握顾客的语言特点,然后用特点相同或相似的语言与之沟通,才能产生很好的语言感召力。例如,顾客提到“……射击造型很酷”,我们就可以使用“十分酷的……射击表演……”等等。这就是找到共同的语言的第一点要求,即共同的话题;第二点要求,共同或相似的用词、造句和表达方式。以上是实现与顾客深入沟通,建立一见倾心的亲和力的第一步。

第二步,表现同步,迅速找到双方的共鸣点。要求迅速地掌握顾客的表征系统。用顾客的表征系统来沟通,就能迅速地找到双方共同感兴趣的话题,而与顾客达成了共鸣,这样就能减少对方说“不”的机会。

不妨借鉴一下下面这位成功推销员的开场白:

“好可爱的小狗,是京巴狗吧?”

“是的。”

“毛色真好,洁白无比,您一定每天都给它洗澡吧?很累吧?”

“是啊,不过是一种喜好嘛,就不觉得累了。”对方非常高兴地回答。

每当遇到爱犬顾客,这位推销员总是这样非常顺利地与客户搭上腔,一方面因为他本身也喜欢狗,另外这种方式确实能



引起对方的共鸣,从而引导对方做肯定回答,再逐渐转移话题,“言归正传”切入正题。

由此可见,推销时先谈一些容易被顾客接受的话题,这是与陌生人搭腔的好办法,是说服别人的最基本的方法之一。

推销员如果一开始就说“你要不要买我的商品?”就不能产生好的效果,对方的回答可能会令人很尴尬,交易也会成为泡影。所以应该先谈一谈商品销售以外的话题,大家共同感兴趣的话题,谈得投机了再进入正题,这样对方就很容易接受了。

就像你初遇一位姑娘,感到很中意,开口便说:“小姐,你嫁给我好吧?”如此唐突,不仅对方会被吓一跳,就算对你有好感,也会立刻“逃之夭夭”,你这是在逼对方拒绝你。

第三步是状态同步——你好比是镜子里的他。因为实现推销成功,达成交易,都是在非常友好的气氛中、非常愉快的状态中达成。想要迅速地建立一个宽松的、愉快的语言环境,避免顾客的拒绝,就要设法让顾客看到你就像看到镜子里的他一样。你的言谈、举止、心境等等,要在短时间内与顾客达成一致。

比如在前面的推销案例中,当你的顾客十分亲切地轻轻拍了拍自家的小狗的头时,那么你也要十分自然地捋一捋小狗的毛,表示亲切。当顾客谈到射击时表现出情绪高涨,谈话中加上手势、表演,那么你的语调也要相应地提高,同时高谈阔论,这样使你与顾客的言谈、举止、心境惊人的相似,达到状态同步。让顾客看到你就像看到镜子中的他自己一样亲切,如此这般怎么还能对你说“不”呢?

所谓的魅力就是被周围的人认同、接受,推销员的魅力就在于得到顾客的认可。而推销员与顾客接触时间短暂,要在很短的时间内打动顾客的芳心,这就要求最大限度地展示自己的魅力。俗话说,文见其人,听语知人,为创造这种即刻生效一见倾心的魅力,正如上文所讲,推销员的谈吐风度就显得至关重要了。