

张雍 见明 编著

一推销之神原一平一副篇

# 推销胜算

# 166



国经济出版社

推销之神原一平

副篇

# 推销胜算

166

张雍 见 编著

中国经济出版社

(京)新登字 079 号

图书在版编目(CIP)数据

推销胜算 166/张雍编著. —北京:中国经济出版社,1997.4

ISBN 7—5017—3941—2

I. 推… II. 张… III. 推销方法—通俗读物 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 00147 号

责任编辑:栾建民(68319282)

封面设计:信舟达

发行部门:68341876 68341879 68353507

邮购部门:68344225

《推销之神原一平》副篇·推销胜算 166

张 雍 见 明 编 著

中国经济出版社出版发行

(100037·北京市百万庄北街3号)

各地新华书店经销

北京地质矿产局印刷厂印刷

787×1092毫米 1/32 9印张 196千字

1997年7月第1版 1997年7月第1次印刷

印数:1—18000

ISBN 7—5017—3941—2/F·2832 定价:16.60元

版权所有 盗版必究

# 目 录

<b>第一篇 成功推销员的素质训练</b> .....	(1)
1. 热情诚挚,朝气蓬勃 .....	(3)
2. 演好自己的角色 .....	(4)
3. 没有自信则不打自败 .....	(7)
4. 自我激励,绝不松懈 .....	(9)
5. 万不可中断学习 .....	(10)
6. 善于劝说并说服顾客 .....	(12)
7. 加强“推销意识” .....	(13)
8. 注意养成良好的推销语言习惯 .....	(14)
9. 风度翩翩,给顾客留下美好印象 .....	(16)
10. 摸清顾客的心理活动的轨迹 .....	(17)
11. 突破“面子关” .....	(18)
12. 知道你该做的和不该做的 .....	(19)
13. 扬长避短 .....	(21)
14. 爽朗幽默结人缘 .....	(22)
15. 具备会计知识 .....	(24)
16. 买卖皆大欢喜 .....	(24)
17. 严格要求自己 .....	(26)
18. 现金意识 .....	(27)

DW74/03

- 19. 瓜田李下谨小慎微 ..... (29)
- 20. 没有目标便没有成功 ..... (30)

**第二篇 为稳操胜券做好预先的准备 ..... (33)**

- 21. 成功三要件 ..... (35)
- 22. 不要亵渎了名片 ..... (36)
- 23. 购买心理的六阶段 ..... (37)
- 24. M、A、N 法则 ..... (39)
- 25. 了解自己的缺点 ..... (40)
- 26. 研究对方如何拒绝 ..... (41)
- 27. 勿为金钱所左右 ..... (42)
- 28. 创造你的魅力 ..... (43)
- 29. 看不见的敌人 ..... (44)
- 30. 屈为求全 ..... (46)
- 31. 从“卖”到“赚”之道 ..... (47)
- 32. 一天当两天用 ..... (49)
- 33. 成功的关键在个性 ..... (50)

**第三篇 有的放矢把握顾客类型及心理 ..... (53)**

- 34. 观察顾客的“体态语言”，了解顾客的心理变化 ..... (55)
- 35. 留下美好的第一印象 ..... (56)
- 36. 循序渐进消除顾客的警戒心理 ..... (58)
- 37. 对顾客性格分门别类 ..... (60)
- 38. 区别对待个性独特的顾客 ..... (62)
- 39. 注意顾客的年龄差异 ..... (64)
- 40. 顾客的职业特征不容忽视 ..... (65)

- 41. 对于不爱说活的顾客要“循循善诱” ..... (68)
- 42. 对于喜爱多讲的顾客要“洗耳恭听” ..... (69)
- 43. 对于心直口快的顾客要先“将就将就” ..... (71)
- 44. 对于性急或忙碌的顾客说话要简明扼要 ..... (73)
- 45. 对于爱追根问底的顾客要百问百答 ..... (75)
- 46. 对于爱辩论的顾客要据理“回报” ..... (77)
- 47. 对于似懂非懂的顾客先要予以“肯定” ..... (78)
- 48. 第二次接触顾客时的速效推销技巧 ..... (80)
- 49. 打好推销这场心理战 ..... (82)
- 50. 逐步说服顾客 ..... (84)
- 51. 顾客的反常行为预示成交的可能 ..... (85)
- 52. “花言巧语”，投其所好 ..... (87)
- 53. 注意“心理作用”的细节 ..... (89)

#### **第四篇 如何在初次访问时一举成功 ..... (93)**

- 54. 一日之计在于晨 ..... (95)
- 55. 挨户推销是基本 ..... (95)
- 56. 不能有第一次逃避 ..... (97)
- 57. 射将先射马 ..... (98)
- 58. 守时才能守信 ..... (99)
- 59. 学习医生“望、闻、问、切” ..... (101)
- 60. 名片的递法 ..... (102)
- 61. 如何接受名片 ..... (103)
- 62. 推销是从被拒绝开始 ..... (105)
- 63. 欲速则不达 ..... (106)
- 64. 留下难忘的背影 ..... (107)
- 65. 创造再访的机会 ..... (108)

- 66. 看穿对方的腰包 ..... (109)
- 67. 别忘了幕后操纵者 ..... (111)
- 68. 需要是创造出来的 ..... (113)
- 69. 不要给对方说“不”的机会 ..... (114)
- 70. 与你的潜意识作战 ..... (115)
- 71. 等候中搜集谈话资料 ..... (117)
- 72. 突破障碍的两大法宝 ..... (118)
- 73. 起坐要向对方看齐 ..... (120)

## **第五篇 如何使再访获得成功 ..... (123)**

- 74. 记住顾客的大名 ..... (125)
- 75. 礼轻人意重 ..... (126)
- 76. 一分钟换得一辈子信任 ..... (127)
- 77. 相见时难别更难 ..... (128)
- 78. “标新立异”创造不衰魅力 ..... (130)
- 79. 把上座让给顾客 ..... (131)
- 80. 不使顾客有抵触感的坐法 ..... (133)
- 81. 为顾客服务三要诀 ..... (134)

## **第六篇 如何战胜拒绝 ..... (137)**

- 82. “逆来顺受”，以退为进 ..... (139)
- 83. 推销不成人情在 ..... (140)
- 84. 预防“没钱”的借口 ..... (141)
- 85. 了解并善用顾客的喜好 ..... (143)
- 86. 从走街串巷的小贩得来的启示 ..... (144)
- 87. 瞄准女性弱点，和秘书小姐拉关系 ..... (146)
- 88. 破釜沉舟 ..... (147)

## 第七篇 如何使商谈顺利成功 ..... (151)

- 89. 推销成绩与访问次数成正比 ..... (153)
- 90. 利剑斩“情丝” ..... (153)
- 91. 掌握签约时机 ..... (155)
- 92. 性急的乞丐讨不到饭 ..... (156)
- 93. 把所推销东西的好处画在顾客的脑中 ..... (157)
- 94. 在买卖的最后关头尤其谨慎 ..... (158)
- 95. 商场话题六大忌 ..... (160)
- 96. 顺乎人的本性 ..... (161)
- 97. 借助上级领导的威望 ..... (162)
- 98. 妙用交际手腕 ..... (164)

## 第八篇 如何转战于各销售地区 ..... (165)

- 99. 乘车莫忘搜集情报 ..... (167)
- 100. 学会如何解除“紧张” ..... (168)
- 101. 切勿舍近求远 ..... (169)
- 102. 观察入微,增强感受力 ..... (170)
- 103. 唯蚕能吐绢丝 ..... (171)
- 104. 冬南夏北、晨西午东 ..... (172)
- 105. 动中求静,调剂身心 ..... (105)
- 106. 睦邻有道,广结善缘 ..... (175)

## 第九篇 打破僵局 转败为胜 ..... (177)

- 107. 说好见面后的第一句话 ..... (179)
- 108. 如何应付说“让我考虑一下”的顾客 ..... (180)
- 109. 如何应付说“我不要”的顾客 ..... (182)



110. 巧用“如果……”假设句,诱导心存犹豫的顾客 ……	(183)
111. 密切注视成交信号 ……	(185)
112. 对不满意顾客的应付技巧 ……	(187)
113. 启发顾客去想象 ……	(189)
114. 学会引用别人的话打动顾客 ……	(192)
115. 以暗示促使交易及时拍板 ……	(194)
116. 慧眼识金,有的放矢 ……	(195)
117. 声东击西,施放烟幕 ……	(197)
118. 夸奖顾客是最好打交道的人 ……	(199)
119. 避免顾客与第三者交谈 ……	(200)
120. 虚心向顾客请教某个问题 ……	(201)
121. 不做实质性让步 ……	(202)
122. 随机应变对待突发性事件 ……	(203)
123. 顺从顾客,据理巧争 ……	(205)
124. 巧言妙语促成成交 ……	(207)
125. 用广告式的语言向顾客宣传 ……	(209)
126. 帮助顾客出谋划策,使其有利可图 ……	(210)
127. 收取“订金”牵动顾客惜钱之情 ……	(211)
128. 走出销售额的低谷 ……	(212)
129. 如何在电话里推销 ……	(214)
130. 巧妙运用期限的压力 ……	(215)
131. 适时给顾客考虑时间并略施小惠 ……	(216)
132. 打破僵局保全面子 ……	(218)
133. 表达对顾客的了解,让其多说“是” ……	(219)
134. 如何在顾客家中推销成功 ……	(221)

## 第十篇 克敌制胜,立于不败之地 ..... (225)

- 135. 知彼知己,百战不殆 ..... (227)
- 136. 想方设法激发顾客的购买欲 ..... (229)
- 137. 巧妙询问,力促成交 ..... (231)
- 138. 谨慎言行,切忌冒然行事 ..... (232)
- 139. 机不可失,失不再来 ..... (234)
- 140. 巧设伏笔,收获必丰 ..... (236)
- 141. 开局领先未必赢得容易 ..... (237)
- 142. 软硬兼施 ..... (239)
- 143. 以名人为例向顾客示以判断方法 ..... (240)
- 144. 亲情最能打动人心 ..... (241)
- 145. 以退为守,转守为攻 ..... (243)
- 146. 欲擒故纵 ..... (244)
- 147. 打破砂锅问到底 ..... (245)
- 148. 适时改变气氛 ..... (247)
- 149. 步步紧逼,请君入瓮 ..... (248)
- 150. 破釜沉舟,孤注一掷 ..... (249)
- 151. 签约在望也不可忘乎所以 ..... (250)
- 152. 成交关头加倍小心 ..... (252)
- 153. 交易完结,人情犹在 ..... (255)
- 154. 测量顾客购买欲望的温度 ..... (256)
- 155. 促使顾客“言听计从” ..... (257)
- 156. 如何应付顾客的讨价还价与吹毛求疵 ..... (258)
- 157. 小不忍则乱大谋 ..... (260)

**第十一篇 如何成为最后的胜利者** ..... (263)

- 158. 推销员成功十大原则 ..... (265)
- 159. 切忌酒、赌、色 ..... (268)
- 160. 成功不在高智商 ..... (269)
- 161. 伸出“温暖的手” ..... (271)
- 162. 拘于小节 ..... (272)
- 163. 以“二价四率”作为自测标准 ..... (274)
- 164. 妙用数量词 ..... (275)
- 165. 推销员修养十原则 ..... (276)
- 166. 修身至上 ..... (278)

# 第一篇 成功推销员的 素质训练

---

---



## 1. 热情诚挚, 朝气蓬勃

不管是什么样的事业, 要想获得成功, 首先需要的就是工作热情。推销事业尤其如此。因为推销员整日、整月、甚至整年地到处奔波, 辛苦推销商品, 其所遭的失败不用说了, 就是推销工作所耗费的精力和体力, 就不是一般人所能吃得消的, 再加上失败甚至连连失败的打击, 可想而知, 推销员是多么需要热诚和活力。可以说, 没有诚挚热情和蓬勃朝气, 推销员将一事无成, 所以, 推销员不仅要锻炼健康的体魄, 更重要的是具有诚挚热情的性格, 热诚就是推销成功与否的首要条件。只有诚挚的热情才能融化顾客的冷漠拒绝, 使推销员“克敌致胜”, 可见, 热诚确是推销员成功的一种天赋神力。

当一群人都处在沉闷的气氛中时, 只要有一位热诚的人加入, 立即就能够使每个人都变得笑逐颜开, 并且大家能唱起歌, 跳起舞。热诚简直有如神力一般。所以, 热诚可以使你结交很多朋友, 也可以使不认识的人对你微笑。热诚也是自信的创造者, 甚至是胜利和成功的必需工具。热诚可使每一个人都爱自己的事业, 爱自己的工作, 甚至爱一起工作的伙伴们。

热诚也是一种振奋剂, 在每天清晨醒来, 可以使你充满了希望, 好像脚下有了弹性, 心里有了温暖, 而且眼睛也炯炯有神了。

热诚可以使失败的推销员成为一个成功的推销员, 悲观的人成为乐观的人, 懒惰的人变成勤奋的人。

热诚的神力远远不止这些, 甚至无法用言语清楚表达。如果没有热诚, 就绝对不会成为一个成功的推销员, 更谈不上与人达成交易。

要想成为一个成功的推销员，必须先要具有这种热诚的态度。

顾客也是有血有肉的人，也是一样有感情的，他也有种种需要，因此，你如果一心只想着增加销售额，赚取销售利润，而没有一丝人性的感情在内，那就不必奢谈成交了。你应该首先用热诚去打动顾客，唤起顾客对你的信任和好感，这样，交易才能顺利完成。

你的热诚要让顾客感到你在帮助他，而不是仅仅想赚他的钱。你应该帮助他说出他的真正需要，你应该做他的一个热心参谋，帮他算帐，帮他决策，时时让他切时体会到你的热诚，从而感到可以相信你，便与你签约成交。这样你的销售额怎能不成倍上升呢？

## 2. 演好自己的角色

优秀的推销员都了解自己的角色的本质，而不会被表面的东西所左右。他应了解自己的目标，即自己拼命干活是献身于什么，他更应了解什么是推销、推销员起什么作用等等实质问题。如果他对这些最基本的东西不闻不问，则很难说他能成为一个好推销员。

推销员必须针对将来，设定目标，然后确定自己的所作所为，否则，你将容易迷失自己。这和驾驶汽车是一样的道理。

驾车时，如果眼睛不注意道路，就可能发生意外。任何的人生旅途，都曾有过得意与失意的时候，而如果你失去了方向，就无法达到目的地。有些推销员，虽有杰出的才干，但却不断遭遇失败。只有认清确立的目标，才能在得意和失意时都保持坚定的头脑，奋力前进，有所成就。

你不妨将自己的人生目标写在纸上，每天不断翻阅，这是

检讨自己最简单的方法。一开始,你必须探查自己的行径是否偏离目标,然后才能实现目标,你必须知道,成功与失败,都把握在你的手中。

你所制定的目标应该包括你做人的准则,你的人格,你的性格。你努力不偏离这些目标,你才能不会为一时的成败得失所左右,才能使你成为一个受尊敬的人而大大助益于你的推销员工作本身。

你要知道,在交易过程中,最重要的是推销员而不是商品,因为推销员不仅代表商品,更代表了一个公司的信誉和作为一个人的推销员自身。

推销员如果没有明确的人生目标,最容易在下面的问题上迷失方向,那就是:推销员为什么而献身?

有些人为了点佣金,图以小利,而改变初衷。例如本来是销售钢板的,后来却改行销售土地,完全以金钱决定自己推销的商品。如果你只为了赚一些佣金,就不断地改行,“见风转舵”。这样不但不会让你赚更多的钱,反而普通的交易都无法达成。这就不免要向自己问一下“为什么”了。

其实原因很简单,就是因为你把推销仅仅当作一种赚钱的手段,而不是把它当作一种行业艺术来对待,你爱的是钱而不是推销艺术,因而你献身的是钱而不是推销事业。

如果你把推销当作一门艺术来热爱,来对待,那么在无形中,你就能产生魅力。因为你那种为工作埋头苦干的精神,就会令顾客对你刮目相看。

有位足球教练曾对他的队员说:“对自己的工作要热爱,要有信心。用比赛来证实自己,贡献自己,并使自己愉快,这样,自然会有辉煌的成绩。”

推销员也是一样,要把推销当作一门艺术来热爱,并为之



献身，而使自己愉快，这样也就自然会使你走向成功之路。

推销是一门艺术，那么这门艺术的本质是什么呢？这也是优秀的推销员必须了解的，否则，他也不能演好自己的角色。

推销的本质就在于你应知道你在推销什么，从而帮助顾客认识到他们购买到商品得到了什么。

具体说来，就是你应了解到你在推销的不是商品本身，而是商品的使用价值，你所要帮助顾客认识的也正是这种使用价值会给他带来什么样的便利、享受和舒适。这才是推销的本质。

例如，你在推销电动剃须刀时，你就是在向他推销这样一种观念：电动剃须刀会给他带来更多的效率，节约更多的时间，这样你在广告上就不会写上：“请买我们的最新电动剃须产品。”而是写上：“你想每天早晨节省4分钟的剃须时间吗？”一旦了解了销售工作的本质，你就会发现你的推销会变得容易多了。如果你在推销彩票，那么事实上你应认为自己是在推销一个发财的捷径和机会；如果你在推销旅行车票，那你应该尽量向顾客推销一种新尝试和新冒险；如果你在推销家具，那么你应该向顾客表明它们会为他带来多少舒适，还能满足审美的欲望。

推销员就是要使顾客深信，他购买了你的商品会得到某些好处，而且比他付出的代价——钱要价值更高。

推销员要随时意识到自己的角色，把握自己角色的本质；既有明确的目标，又懂得自己在为什么而献身；而且还要时刻牢记什么是推销，只有这样才能成为一个优秀的推销员。

这里关键在于，推销员要时刻提醒自己：是否已经演好了自己的角色？为什么没有演好？是在哪个基本环节上出了差错？这些就是一个成功的推销员应具有的角色意识。如果你