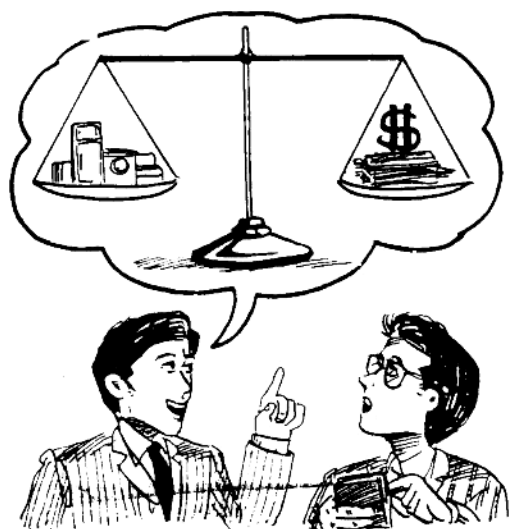


做個顧客信服的 推銷員

趙德建編



序

當今是個科學社會，在這個時代，無論生產、市場、宣傳廣告各方面均已進入科學領域了，但是商業社會中的推銷技術却沒有改變。

在現今，無論是國與國的戰爭、企業間的相互競爭，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，甚而難以生存下去。

現代的推銷員並不只是售貨員而已，推銷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。但是，我們肯定地說，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。

另者，推銷是令人疲累不堪的工作。吸取前人的經驗，可以省掉很多錯誤的嘗試。因此，從事推銷工作者，不能閉門造車，也不能墨守成規，應該是舉一反三，定能收穫豐碩。但是推銷與一般的訪問不同，應該由對象來看自己。

因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。所以，在商場中的爾虞我詐的競爭中，欲達知己知彼，百戰百勝之境，勢必以掌握人心為首要之途。

本書即針對上述來告訴讀者如何應付對方的反駁、排斥及敵視，依推銷技術的整個程序，做重點及扼要的說明，並以科學方法研究顧客心理，期待企業推銷員締造更高的業績。

目錄

一、原則篇——

推銷員應堅持的技巧及原則

13

- 一、贏得顧客讚賞的推銷員 15
- 二、有良好服務行為的推銷員 16
- 三、有演藝技巧的推銷員 18
- 四、有提供顧客利益能力的推銷員 19
- 五、熱愛公司商品及顧客的推銷員 21
- 六、善於向顧客提供新資訊的推銷員 22
- 七、有誠意態度對顧客的推銷員 24
- 八、不處處依賴他人的推銷員 26
- 九、有巧妙說話技巧的推銷員 27
- 十、能尊敬稱呼顧客的推銷員 29
- 十一、有良好恭敬行為舉止的推銷員 30
- 十二、運用科學推銷方法的推銷員 31

二、學習篇——

推銷員要有適應一切的心理準備

35

- 一、傑出推銷員應遵守的法則 37
- 二、從顧客的態度中學習的推銷法則 38
- 三、推銷員應洞察顧客的言外之意 39
- 四、推銷員應讓顧客聽取你的意見 41
- 五、推銷員必須注意自己說話聲音 42
- 六、推銷員應有效地活用電話交談 44
- 七、推銷員如何在電話中取得對方信賴 46
- 八、推銷員也應學習各地方言 47
- 九、推銷員應了解對方情況及關係 49
- 十、推銷員應克制誘惑的心理 51

三、說話篇——

推銷員要有與顧客說話的技巧

53

- 一、一接觸顧客的說話要有說服力 55
- 二、將名片遞給對方應注意的事項 56
- 三、訪問推銷前應做好周全準備 59
- 四、讓顧客記住推銷員名字的方法 60
- 五、應主動提前在約定時間內到達 62
- 六、由他人介紹的銷售準備工作 63
- 七、應及時矯正訪問顧客的恐懼心理 65
- 八、利用各種媒介進行訪問活動 67
- 九、事先做好顧客購買可能性的判斷 69
- 十、如何能順利進行首次的面談訪問 71
- 十一、不能忽略開關房門的禮貌 73
- 十二、如何運用電話與對方保持連繫 75
- 十三、如何利用電話來安排面訪活動 76
- 十四、擺脫低潮最有效的方法 78
- 十五、運用謹慎的態度進行再訪活動 80

四、信服篇——

推銷員應做到使人信服

82

- 一、如何克服顧客的警戒心理 84
- 二、如何克服顧客的反抗心理 85
- 三、延長訪問時間是有效銷售方式 87
- 四、如何掌握顧客的神情及心理 89
- 五、如何打動顧客的心及讓其信服 90
- 六、運用能掌握顧客心理的銷售用具 92
- 七、如何使顧客產生臨場感 94
- 八、推銷員要有熟悉的商品知識 95
- 九、如何運用商品實物進行推銷活動 96
- 十、商品推銷也要隨顧客不同而差異 98
- 十一、活用電話的有效推銷方法 100
- 十二、推銷商品時要把費用計算在成本內 102
- 十三、商品的價值價格及其效用 105

五、說服篇——

推銷員應掌握推銷說話技巧

108

- 一、要深入的了解顧客的心理 110
- 二、由表情動作來掌握顧客的心理 111
- 三、運用適當言辭進行推銷活動 113
- 四、注意顧客的徵兆及突變的態度 115
- 五、領略顧客暗示掌握銷售良機 117
- 六、要具備有進一步說服顧客的能力 119
- 七、要掌握進一步試驗性的詢問方式 120
- 八、謹慎防備顧客取消交易 122
- 九、推銷員誘導顧客的三種技術 124
- 十、書寫契約書訂購單應注意事項 126

六、處理篇——

推銷員如何處理顧客要求

128

- 一、要耐心傾聽顧客的抱怨及要求 130
- 二、要勇於在顧客面前承擔責任 132
- 三、處理顧客困難先安定他的情緒 133
- 四、要了解顧客提出要求的原因 135
- 五、贊同顧客意見撫平激動情緒 137
- 六、運用自己言詞及創造性的意見 139
- 七、處理顧客各種要求時應注意事項 142
- 八、善用能予顧客好感的方法處理問題 144

七、應付篇——

推銷員如何應付顧客的不同意見

- 一、應付顧客反對要用恭敬的態度 148
- 二、應付理論型顧客的方法 149
- 三、應付不愛說話顧客的方法 151
- 四、應付愛說話顧客的方法 153
- 五、應付猶豫不決型顧客的方法 155

- 六、讓顧客有繼續傾聽興趣的方法 157
- 七、配合顧客個性進行推銷活動 158
- 八、盡量去滿足顧客的求知慾 160
- 九、顧客認為價錢高時的應付方法 162
- 十、當顧客說無錢時的應付方法 164
- 十一、顧客說我不需要時的應付方法 166
- 十二、當顧客選擇商時的應付方法 168
- 十三、當顧客說我考慮下的應付方法 170
- 十四、當顧客對新產品有顧慮的應付方法 173
- 十五、當顧客說找朋友買時的應付方法 175
- 十六、當顧客對商品沒信心時的應付方法 177

八、方法篇——

推銷員推銷各種商品的要訣

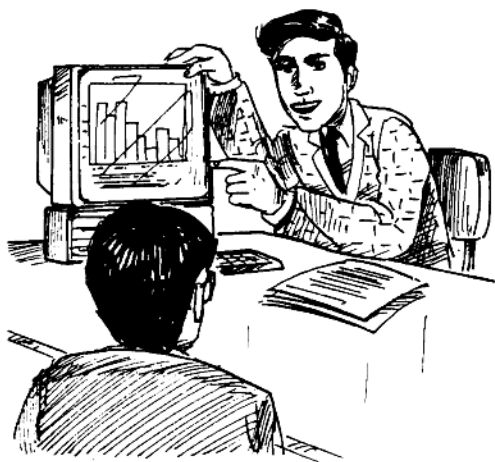
180

- 一、推銷員的推銷要訣 182
- 二、對生產性產品的推銷要訣 183

- 三、有固定銷售對象的推銷要訣 185
- 四、推銷房地產時的推銷要訣 187
- 五、推銷建築材料的技術要訣 190
- 六、推銷服裝、布匹的技術要訣 192
- 七、推銷家庭電器的技術要訣 194
- 八、推銷運輸行業的技術要訣 196
- 九、推銷汽車的技術要訣 198
- 十、推銷機械產品的技術要訣 200
- 十一、推銷辦公室用品的技術要訣 202
- 十二、推銷石油產品的技術要訣 204
- 十三、推銷藥品的技術要訣 206
- 十四、推銷鐘錶寶石的技術要訣 208
- 十五、推銷書籍的技術要訣 210
- 十六、推銷玩具產品的技術要訣 212

一、原則篇——

推銷員應堅持的技巧及原則



推銷員法則

吸引顧客重視你的存在。

顧客的信賴是良好服務行為的最佳報酬。

「演技」是爲了獲得顧客的信賴，而並非詐術。

不要忘記提供顧客真正的利益。

熱愛自己的工作才能帶給自己快樂。

資訊可以控制對方的購買慾。

巧妙地運用言語來表示誠意。

改變自己的想法，需知姑息即是自取滅亡。

言辭的巧妙與否與銷售速度及數量成正比。

稱謂的使用往往可表示出你對待顧客的態度。

敬語的使用與否是銷售成敗的主要關鍵。

推銷的法則在於科學技巧的應用。

一、贏得顧客讚賞的推銷員

「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。

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。」

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。

二、有良好服務行為的推銷員

這是發生在電算機剛剛推出時的事。有一位專門銷售辦公儀器的A君前去訪問一零售商，當時零售商的老闆正為一星期前才向M公司購買的電算機故障四天而沒人前來修理苦惱。A雖然不