

In what the world most admire, move the human mind, the magnificence which on his body others are unable to hope to attain, actually also has too many weaknesses. Since birth so, he, just like the meteor delimits the expansive sky, the soul was never forgotten

C 文轩财经培训大系

造就金牌推销员的培训读本

世界上 最伟大推销员 的 15种成功法则

THE SERIES ABOUT THE GREATEST
SALESMAN IN THE WORLD

“汽车推销大王”乔·吉拉德、日本“推销之神”原一平、有“保险营销教父”之称的法兰克·贝特格等世界顶级推销大师传授成功推销的方法和秘诀、应具有素质和心态……

刘红强 肖冬梅◎编著

华夏出版社

完整版

文轩财经培训大系

● 造就金牌推销员的培训读本 ●

世界上 最伟大推销员 的 15种成功法则

THE SERIES ABOUT THE GREATEST
SALESMAN IN THE WORLD

刘红强 肖冬梅◎编著

华夏出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

世界上最伟大推销员的 15 种成功法则 / 刘红强, 肖冬梅编著. — 北京: 华夏出版社, 2009. 4

ISBN 978-7-5080-5126-0

I. 世… II. ①刘…②肖… III. 推销—通俗读物 IV. F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 015103 号



出品策划

网 址 <http://www.xinhua bookstore.com>

策划统筹 新华文轩

世界上最伟大推销员的 15 种成功法则

作 者 刘红强 肖冬梅

责任编辑 张秋红

出版发行 华夏出版社

(北京市东直门外香河园北里 4 号 邮编: 100028)

总 经 销 四川新华文轩连锁股份有限公司

印 装 三河市华晨印务有限公司

开 本 787 × 1092 1/16

印 张 13

字 数 230 千字

版 次 2009 年 5 月第 1 版 2009 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5080-5126-0

定 价 25.00 元

本版图书凡印刷、装订错误, 可及时向我社发行部调换

前言

常听做销售的人说：做销售难；开发新客户难；客户不信任，和客户沟通难；为销售一个产品，自己跑得精疲力竭，货款回收却难。最后，弄得自己身心疲惫，得不偿失。还有人抱怨说：“现在的产品同质性越来越高，分不出两个产品有什么本质的区别，导致销售的压力越来越大。”

确实，销售是一个伟大而艰难的行业。然而，在这项“艰苦”的活动中，与一味抱怨的推销员相比，有些推销员却取得了巨大的成功：

营销大师汤姆·霍普金斯，是全世界单年内销售房屋最多的地产业务员，平均每天卖一幢房子，3年内赚到3000万美元，27岁就已成为千万富翁。

美国“超级推销大王”法兰克·贝特格，在30多年的保险推销生涯中，以其辉煌的业绩，赢得了“保险营销教父”的称号，并缔造了一个用25分钟谈成一笔25万美元保险的传奇。

汽车推销大王乔·吉拉德，在其职业生涯中共售出13001辆汽车，曾连续12年荣登并保持吉尼斯世界纪录大全销售第一的宝座。他所创造并保持的世界汽车销售纪录，及连续12年平均每天销售6辆车的纪录，至今无人能及。

……

为什么面对同样的销售环境，他们能取得成功呢？难道他们比平常人更聪明、运气更好吗？

未必如此！

有句话说得好：失败一定有原因，成功一定有方法。这些成功者之所以能够成功，一定有其可取之处。虽然他们可能并没有意识到，但他们的成功历程中肯定闪耀着许多可供借鉴的经验与智慧，比如：

“推销之神”原一平推崇：在推销产品之前先把自己推销出去，对自己要有信心，只有把自己推销给客户了，才能再把产品推销给客户。

乔·吉拉德推崇：销售前一定要熟知你所销售的产品知识，才能对你

□世界上最伟大推销员的15种成功法则

自己的销售工作产生真切的工作热忱。

一流推销大师金克拉推崇：发挥人情优势的效果，通过客户与客户之间的人情连缀起自己的客户群体。

.....

这些经验与智慧正是许多推销员孜孜以求的。

伟大的推销员克莱门特·斯通在《寻找永不失败的成功定律》中说：“我一直注意找寻这种成功的原则，并建立起我的推销模式，而这些方式运用起来从来没有失败过。我的推论是——成功可以归纳为一种程式，失败也可以归纳为一种程式。应用成功的程式，避免失败的程式，为自己思考。”

我们也同样在寻找成功的定律与法则。本书系统地研究了数位世界上最伟大的推销员的成功模式，综合他们的成功规律，萃取出15种成功的法则，让你率先拥有取得销售成功的捷径。相信通过借鉴别人的成功经验，加上不断地探索，一步一个脚印，我们一定能达到一个新的高度。

本书中没有烦琐复杂的理论讲述，没有“假、大、空”的口号，而是根据具体的案例具体分析，详细到每个细节。本书所选的案例新颖有趣，跨越了很多行业，其中所折射出的道理适用于每一个客户销售领域，可以帮助推销员总结经验，提高绩效。

本书在案例分析过程中还兼顾销售的内部因素（心理因素的分析）与销售的外部因素（真正促进销售的各种方法与技巧）。一旦你开始同时开发这两方面的能力，你的销售业绩和自信心将会迅速提高。

冰冻三尺，非一日之寒。即使了解了成功的秘诀，如果不展开行动也永远不能成功，希望每个推销员都切实行动起来，在推销实践中真正体会成功的乐趣。

目 录

第一章 推销商品，不如推销你自己

先推销自己：良好的印象是成功的第一步 / 2

高雅服饰让客户眼前一亮 / 3

微笑是最好的名片 / 5

优雅谈吐彰显职业风度 / 6

举止有度，不失礼节 / 9

相信自己，你也能成为推销赢家 / 11

第二章 内外双修，苦练内功

把产品视为你的爱人 / 14

精心准备销售工具 / 15

事先多了解客户的信息 / 17

未雨绸缪，做好会面准备 / 19

选择合适的时间拜访 / 20

事先选好会面地点 / 21

知识要随时储备，不断更新 / 22

第三章 “只爱陌生人”：处处留心，客户无处不在

处处留心，三步之内必有客户 / 26

从日常细节发现潜在客户 / 27

切莫以貌取人，任何人都可能成为你的客户 / 28

从对手那里找客户 / 30

每个客户都是客户源 / 32

陌生电话中的潜在客户 / 33

遍撒名片满天飞 / 35

□世界上最伟大推销员的16种成功法则

重视 250 定律，用人情将客户连缀起来 / 36
随时搭建你的销售网 / 38

第四章 靶心法则：找到给你高回报的人

“二八原则”教你收获成功 / 42
锁定你的目标客户群 / 43
客户如花次第开 / 46
找到你的关键客户 / 49
高回报需要深挖掘 / 51

第五章 360 度法则：了解客户的每一个细节

准确记住客户的名字 / 56
了解并善用客户的喜好 / 57
重视客户身边的每一个人 / 58
从小事上关心你的客户 / 59
深入了解客户的消费需求 / 61
记录与客户的交流信息 / 62
建立并管理客户档案 / 63

第六章 要想钓到鱼，就要为鱼准备美味的鱼饵

给客户准备合适的礼物 / 66
善于激起客户的好奇心理 / 67
精心设计，引君入彀 / 68
产品可以先试后买 / 69
把握客户心态，投其所好 / 71
不吝赞美之语，不妨给客户戴顶高帽 / 72
找到共同话题，找到主动权 / 73



第七章 左右脑销售博弈：用你的全脑智慧赢取订单

- 左脑有效提问，用问题来控制销售节奏 / 76
- 左右脑齐上阵，让电话行销轻松成交 / 77
- 右脑主动出击，把打错的电话变成销售机会 / 80
- 右脑深入，虚心求教掌握客户真正的需求 / 81
- 启用右脑程序，挖掘出潜在的消费需求 / 83
- 左脑居上，客户真正需要的是价值 / 84
- 左右脑灵活应对，让客户重新衡量成本与收益 / 86
- 读懂客户的左右脑，牵着“上帝”的鼻子走 / 87
- 右脑为主，左脑为辅，让客户自动拿起签单的笔 / 89

第八章 看人下菜碟：运用“九型人格”进行说服

- “九型人格”对号入座 / 92
- 九型客户与销售方案解读 / 94
- 见什么人说什么话，找准客户“命门”准确出击 / 95
- “看、问、听”三招分辨客户法则 / 97
- 八大类型客户的应对妙招 / 100

第九章 戴上“N顶思考帽”，让销售僵局“柳暗花明”

- 拒绝面前勇气当先 / 104
- 不要轻言放弃 / 105
- “请给我5分钟” / 106
- 以迂为直，绕过销售障碍 / 107
- 积极分析，抓住僵局背后隐藏的机会 / 109
- 以退为进，巧妙应对客户的拒绝与托词 / 110
- 不断创新销售方法 / 112

第十章 洞察人性，给客户一个点头的理由

照顾客户的面子 / 116

要满足客户的优越感 / 117

一次示范胜过一千句话 / 118

告诉客户你将带给他的利益 / 120

巧用“添物减价”四字诀，不让客户吃亏 / 121

吊足客户的胃口 / 122

第十一章 打好“情感牌”，让每一次推销都充满人情味

有分寸地赞美客户 / 126

利用好“人情”这把利器 / 127

让每一次推销都充满人情味 / 129

置换推销 / 130

调动客户的积极性 / 132

第十二章 大客户销售：放短线钓大鱼的艺术

将以自我为中心的销售方式转变为以客户为中心 / 136

“先人为主”，用小订单开启大订单 / 137

有的放矢，找到订单决策者 / 139

“大王好见，小鬼难缠”，如何把看门人变成开门人 / 142

多点开花，充分利用人际关系网 / 145

不破不立，必要时为客户创造需求 / 148

第十三章 渔夫法则：捕鱼的成败在于“收网”的技巧

主动出击，提出成交请求 / 152

领会客户每一句话的弦外之音 / 153



善于运用暗示成交 / 156
敏锐地发现成交信号 / 157
欲擒故纵，锁定成交 / 160
给成交保留一定余地 / 162

第十四章 推销没有终结：真正的功夫在订单成交后

煮熟的鸭子也会飞走 / 166
用持续沟通与客户保持紧密联系 / 167
老客户带来新客户，让客户为你销售 / 169
高质量的售后服务赢得更多客户 / 171

第十五章 两只耳朵听，一个嘴巴说

不要成为客户耳边聒噪的乌鸦 / 176
聆听是金，推销中耳朵胜于嘴巴 / 177
交流才能交易 / 180
交流中善于运用幽默 / 181
长话短说也是一种智慧 / 183
语言表达要“入乡随俗” / 184
切忌与客户争辩 / 186

第一章

推销商品，不如推销你自己

有一位伟大的推销员曾说过这样的话：“要想让客户尽快接受推销，有一个小窍门，那就是在 10 秒钟内介绍完你自己。也就是说，在推销产品之前，先把你自已推销出去。”



先推销自己： 良好的印象是成功的第一步

有“日本推销之神”美誉的原一平，在开始做推销时并不顺利。

有一次，他去拜访一家寺庙的住持吉田和尚。

原一平滔滔不绝地向住持介绍保险的好处。老和尚一言不发，很有耐心地听原一平把话说完。然后，他以平静的语气说：“听完你的介绍之后，我丝毫没有投保的意愿。”停顿了一下，他接着说：“人与人之间，像这样相对而坐的时候，一定要具备一种强烈的吸引对方的魅力。如果你做不到这点，将来就没什么前途可言了。”

原一平起初并不明白老和尚话中的含义，后来才逐渐领悟开来，只觉得傲气全失，冷汗直流，呆呆地望着吉田和尚。

老和尚又说：“年轻人，先努力去改造自己吧！”

“改造自己？”

“是的，你知不知道自己是一个什么样的人呢？要改造自己，首先必须认识自己。”

“认识自己？”

“是的，赤裸裸地注视自己，毫无保留地彻底反省，然后才能认识自己。”

“请问我要怎么做呢？”

“就从你的投保户开始。你诚恳地去请教他们，请他们帮助你认识自己，让他们告诉你应该怎样做他们才能接受你、信服你。我看你有慧根，倘若按照我的话去做，他日必有所成。”

吉田和尚的一席话，犹如当头棒喝，点醒了原一平。

人如果连自己都不认识，如何去说服他人？推销员如果不能让客户接受自



己，又如何能让客户接受你推销的产品呢？要推销产品就要从推销自己开始，一旦客户接受了你，产品只不过是伴随你进入他们生活的一件附加品而已，推销自然也变得简单起来。

伟大的推销员乔·吉拉德提醒我们说：“把自己推销给别人是你成功推销的第一步，你要特别注意的是你给别人留下的第一印象是不是足够好。”我们确实是根据在与一个人见面的头几秒钟内所得到的印象，快速作出对这个人的判断。如果这些判断是不利的，那么接下来的所有销售行为都不得首先克服这位推销员在准客户心中留下的糟糕印象。相反地，一个良好的印象则肯定有利于你的销售。

因此，给客户留下最佳的第一印象是推销员最基本的职业要求。

良好的第一印象体现在你的衣着打扮、言行举止的细节之中。

高雅服饰让客户眼前一亮

推销员与客户见面后，首先映入客户眼帘的是他的穿着打扮。因此，推销员应重视自己的着装。据调查，推销员整洁的外表是引起顾客购买欲的先决条件。美国一项调查表明，80%的顾客对推销员的不良外表持反感态度。

刚做推销员时，法兰克的着装很不得体，同事劝他说：“你应该好好打扮一番，那样看上去才有精神。”

“我没钱，根本打扮不起！”法兰克辩解道。

“你这话是什么意思？”同事反问道，“我是在帮你省钱，你不会多花一分钱的。我有个朋友哥特，你去找他，就说是我介绍的。你可以明确地告诉他你想穿得体面些，却没钱买衣服。如果他愿意帮你，你就把所有的钱都花在他的店里。这样一来，他就会告诉你如何打扮，包你满意。这么做，既省时间又省钱，你干吗不去呢？这样也更容易赢得别人的信任，赚钱也就

□世界上最伟大推销员的15种成功法则

更容易了。”

他这些话说得头头是道，法兰克便行动了。

他来到一家高级美发厅，理了个生意人的发型，人顿时精神起来。

他又去了那位朋友所说的男装店，请哥特先生帮他打扮一下。哥特先生认认真真地教法兰克打领带，又帮他挑了西服以及与之相配的衬衫、袜子、领带。这可帮法兰克省了不少钱。法兰克以前老是一套衣服穿得皱巴巴时才知道换，还得经常洗熨。哥特先生告诉法兰克：“没有人会好几天穿一套衣服。即使你只有两套衣服，也得勤洗勤换。衣服一定要常换，脱下来挂好，裤腿拉直。西服送到干洗店前就要经常熨。”

过了不久，法兰克就有足够的钱来买衣服了，他还掌握了哥特所讲的省钱的窍门，这样便有好几套衣服可以轮换着穿了。

不久，法兰克就发现这样做有效果了。光鲜亮丽、整整齐齐的外表能够传递给客户一种积极的态度。这种积极的态度有助于客户对自己产生好感，从而对自己的商品产生好感，促成交易。

拿破仑·希尔说过，成功的外表总能吸引人们的注意力，尤其是成功的神情更能吸引人们的“赞许性的注意力”。作为推销员，身边的每一个人都是你的潜在客户，因此无论是在工作中还是在私人场合，无论是面对老客户还是陌生人，都要保持清洁、高格调的着装，从视觉上聚焦客户或潜在客户的注意力。

一种得体的打扮，一套职业的服饰，能让你看起来神清气爽、精神饱满。因此，不妨花一点时间来注重一下自己的着装，这是你对自己应有的、也是绝对值得的投资。



微笑是最好的名片

著名推销员乔·吉拉德说：“有人拿着 100 美元的商品，开价 10 美元都卖不出去，为什么？看看他的表情就知道了。要把商品推销出去，自己的面部表情很重要：它可以拒人千里，也可以使陌生人立即成为朋友。”

微笑是谁都无法抗拒的魅力，微笑的力量超出你的想象，养成微笑的习惯，一切都会变得简单。

威廉是美国推销寿险的顶尖高手，年收入高达百万美元。他成功的秘诀就在于拥有一张令客户无法抗拒的笑脸。但那张迷人的笑脸并不是天生的，而是长期苦练出来的。

威廉原来是美国家喻户晓的职业棒球明星球员，40 岁退役后做了保险公司推销员。

他自以为凭他的知名度能够被录取，没想到却被拒绝了。人事经理对他说：“保险公司推销员必须有一张迷人的笑脸，但你却没有。”

听了经理的话，威廉立志苦练笑脸。他搜集了许多公众人物迷人的笑脸照片，贴满屋子，以便随时模仿。

他还买了一面与身体同高的大镜子摆在厕所里，只为检查自己的微笑。隔了一阵子，他又去见经理，经理很冷淡地说：“好一点了，不过还是不够吸引人。”

威廉不认输，回去加紧练习。一天，他散步时碰到社区管理员，很自然地笑了笑，跟管理员打招呼。管理员说：“威廉先生，您看起来跟过去不太一样了。”这话使他信心大增，立刻又跑去见经理，经理对他说：“是有点意思了，但仍然不是发自内心的笑。”

威廉仍不死心，又回去苦练了一阵，终于悟出“发自内心如婴儿般天

□世界上最伟大推销员的⑤种成功法则

真无邪的笑容最迷人”，并且练成了那张价值百万美元的笑脸。

中国有句俗话，叫“非笑莫开店”，意思是做生意的人要经常面带笑容，这样才会讨人喜欢，招徕顾客。

“日本推销之神”原一平总结他取得成功的秘诀，其中最重要的一项就是善于微笑。他的笑被认为值百万美元。原一平认为，对推销员而言，“笑”至少有十大好处：

1. 笑能消除自卑感。
2. 笑能使你的外表更迷人。
3. 笑能把你的友善与关怀有效地传递给准客户。
4. 你的笑能感染对方，让对方也笑，营造和谐的交谈氛围。
5. 笑能建立准客户对你的信赖感。
6. 笑能拆除你与准客户之间的“篱笆”，敞开双方的心扉。
7. 笑可以消除双方的戒心与不安，从而打破僵局。
8. 笑能祛除自己的哀伤，迅速重建自信心。
9. 笑是表达爱意的捷径。
10. 笑会增进活力，有益健康。

的确，如果说行动比语言更具有力量，那么微笑就是无声的行动，是你递给客户最温暖、最具有亲和力的一张名片。这张名片完全可以让你拿到订单。

优雅谈吐彰显职业风度

推销是和人打交道的艺术，在这个过程中，语言是最主要的交流方式，同时，谈吐也能凸显出你的知识与修养。一个成功的推销员必须时刻注意自己的谈吐，保持优雅而不是夸夸其谈，给客户留下有修养、值得尊重和交往的良好印象。



优雅谈吐从打招呼开始

推销员的谈吐，从与客户打招呼的那一刻起就表现出来了。

所谓招呼语，是指和客户第一次交流时，推销员主动向客户发问、打招呼的用语。得体的招呼语表现出对客户礼貌、尊重，能获得客户的好感，能给客户留下美好的第一印象，使他们心里感到温暖，从而营造出良好的洽谈氛围。从一定意义上说，招呼语是一次交易过程的起点，它往往能为之定下调子，甚至决定其成败。一般说来，招呼语说得好，可以有效地激发客户的购买欲，把他们引导到购物的过程中来。彼此在感情上沟通了，就有助于交易的成功。同时，得体的招呼语还说明推销员是训练有素的，这个企业是经营有方的，有助于树立企业的良好形象。客户总是愿意和令他们感到满意的企业打交道，反之则不然。

有一位长者参加一个产品博览会，一位年轻的推销员主动问道：“喂，老头，你买啥？”老人一听这个称呼心里就很不高兴，气呼呼地说：“不买就不能看看？还叫‘老头’！”

推销员也生起气来：“你这人怎么不识抬举？怎么，你不是老头子，难道还叫你小孩子不成？”

“你，你，简直没有教养，还当什么推销员？”

这位推销员使用不恰当的招呼语，结果引发了矛盾，话越说越难听，还把客户气跑了。可见，运用招呼语是很有技巧的，值得推销员们研究和学习。

说一句话就能使客户满意，这并非夸张，而是一个很重要的技巧。因为语言不仅是人与人之间的沟通工具，更是使情感产生共鸣的良药。推销员的用语是否巧妙，关系到整个交易的成败与否。

但是，在现实生活中，有些商场里的品牌推销员对于招呼语的重要性缺乏足够的认识。他们不屑与人打招呼，没有真正把顾客当成上帝，而仅仅是把顾客当成一个购买者，甚至还把主动与顾客打招呼看成是一种低三下四的表现。一旦存在这种错误的观念，就很难使他们开启尊口。就算主动和客户打招呼，