

IDG新经济工商实务傻瓜丛书



如何

SELLING FOR DUMMIES

做好销售



〔美〕汤姆·霍普金斯 著  
赵洪珊 瞿文芳 译  
贺卫华 译审

如何做好销售

企

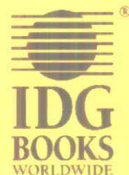
F 713.3/18

社

- ◎生动简捷的方式助你成为销售的顶尖高手
- ◎全面支持你掌握销售的成功技巧
- ◎迅速达成交易的法则

IDG BOOKS WORLDWIDE

企业管理出版社



IDG 新经济工商实务傻瓜丛书

# 如何做好销售

[美] 汤姆·霍普金斯 著  
赵洪珊 瞿文芳 译  
贺卫华 译审

企业管理出版社

北京市版权局著作权  
合同登记图字 01-2000-0649 号

**图书在版编目 (CIP) 数据**

如何做好销售/[美] 霍普金斯著: 赵洪珊, 瞿文芳译. —北京: 企业管理出版社, 2000 4

(IDG 新经济工商实务傻瓜丛书)

ISBN 7-80147-355-8

I 如… II ①霍… ②赵… ③瞿… III. 销售学-通俗读物 IV .F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 04450 号

英文公告: “The IDG Books Worldwide logo is a trademark or registered trademark in the United States and/or other countries under exclusive license to IDG Books Worldwide, Inc. from International Data Group, Inc. For Dummies, Dummies Man and related trade dress are trademarks or registered trademarks of IDG Books Worldwide, Inc. in the United States and/or other countries. Used by permission.”

中文公告: “IDG Books Worldwide 图形商标是在美国和/或其他国家使用或获准注册的商标, IDG 世界图书有限公司基于国际数据集团的许可, 对其享有独家许可使用权。For Dummies, Dummies Man 以及相关的装潢均是 IDG 世界图书有限公司在美国和/或其他国家使用或获准注册的商标。未经所有人许可, 任何人不得擅自使用。”

**IDG 新经济工商实务傻瓜丛书**

---

书 名: 如何做好销售

作 者: 汤姆·霍普金斯 著 赵洪珊 瞿文芳 译

译 审: 贺卫华 丛书总策划: 原 平

责任编辑: 连一民 肖震东 技术编辑: 胡 晓 杜 敏 马晓光

书 号: ISBN 7-80147-355-8/F·353

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100044

网 址: <http://www.cer-ceda.org.cn/cbs>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com emph 1979@yahoo.com

印 刷: 世界知识印刷厂印刷

经 销: 新华书店

规 格: 850 毫米×1168 毫米 16 开本 16 印张 389 千字

版 次: 2000 年 6 月第 1 版 2000 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 38.00 元

---

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

# 中文版序言

一场新的经济革命正在全球兴起，无论是发达国家还是发展中国家，都在密切注视着这一新的经济形态的形成，并积极研究对策。这场以高科技及其产业为主要突破口的技术革命，激烈地冲击着传统的生产方式和产业结构，将社会生产力推进到一个前所未有的发展阶段，促进人类社会物质文明和精神文明向更高层次发展，这给我国企业带来了前所未有的机遇和挑战。

在传统经济概念中，生产取决于所用生产要素的数量，特别是劳动、资本、设备和资源，而技术或知识被视为外部要素，经济增长模式的核心是资本积累；当代经济的增长更直接地取决于知识的投资，知识不仅可以扩大传统生产要素的生产能力，还具有调整生产要素、创造革新产品和改进生产程序的能力。对于企业管理者和现代组织来说，仅仅考虑投资、设备等传统生产要素是远远不够的，更重要的是获取新知识、新技术、开发新产品、培训生产新产品的专业技术人才。当代经济高度重视信息与技术的发明和使用，小至企业大至国家，经济成功的因素比以往任何时候更加取决于收集和使用知识的效率。随着因特网的迅猛发展，传统经济将与网络密切结合，并将成为全球经济发展的新支柱。对于企业来说，把握有利时机，赶乘新千年网络经济的列车，必然有利于提高企业竞争力，再创企业发展新业绩。

现代信息技术革命推动的信息化浪潮，正在迅速打破与重组世界经济的秩序与结构，发展中国家的企业面临着更为严峻的挑战，承受着经济信息化和全球化带来的剧烈竞争和顷刻被淘汰出局的危险。一方面，企业要适应网络经济的发展，跟上信息时代的步伐；另一方面，要充分利用网络获取信息、利用信息，开拓网上市场，增强国际竞争能力。

从国外网络经济发展看，企业与企业之间的交易占网络交易额的80%。而我国企业利用网络实施电子商务，目前还处于初级阶段，只有不到10%的国有大型企业正在或即将实施。作为我国企业主体的国有企业，只有17%左右的企业对电子商务有一定的了解，其中，大型企业的了解接近100%，而中型和小型企业的比例分别为20%和10%左右。由此可见我国的社会信息化、产业信息化和网络信用体制同国际先进水平的差距。全社会应该为企业创造网络经营的条件和环境：第一，制定和健全必要的法律法规；第二，解决通信带宽、资费瓶颈等问题；第三，建立网上支付系统；第四，通过财政、税收、金融、政府采购等一系列政策措施，积极支持网络的发展，推动企业信息化的进程。

面对这样的形势，企业应该积极采取相应的对策：第一，加强对现代信息技术、网络经济的认识，树立信息社会的观念，切切实实地认识到企业的市场营销、销售、生产组织、国际贸易、内部管理、财务分析、经营决策都要依赖于信息技术，并尽快地学会掌握信息、分析信息、运用信息。第二，建立企业的信息系统。对企业的内部管理、外部经营、总体规划实施信息化战略。第三，在建立现代企业制度的改革中，注意组织形式、管理程序要与信息时代企业

管理方式相协调，与加强信息管理同时并举。第四，逐步地全面运用信息化管理模式。如建立仓储物流管理信息系统、生产制造管理系统、财务分析管理系统、人力资源管理系统等等，以适应网络经济发展的要求。第五，企业的发展要着眼于未来，重新设计企业的发展方向和产品结构。信息技术的发展将使一些行业迅速发展，使一些行业萎缩或消失，从现在开始就要注重用信息技术提高企业的竞争力，创造知识型的企业，用信息代替库存，用知识代替资产，掌握主动权，抢占制高点，争取在网络经济时代立于不败之地。

在另外一个层面上，网络经济对我们传统的经营模式、管理理念也形成了冲击，传统企业的管理框架是从上至下、等级森严，强调服从命令，而现在则是提倡跨部门跨文化的团队管理模式，以项目负责人形式来使用企业资源，实现资源配置最优化。同时由于网络技术的应用，90年代中期产生了许多新的管理思想，如ERP、BPR、SCM等等。ERP（Enterprise Resource Planning 企业资源计划）强调利用网络技术将公司的销售、采购、财务、人事等资源高度融合在一起，提高工作效率，资源利用最大化。BPR（Business Process Reengineering 公司再造）则是利用网络技术大胆改造公司原有业务流程和运作模式，通过重新整合，使公司发生实质性的变化，从而更有效地响应市场，服务客户，降低成本，提高效率。SCM（Supply Chain Management 供应链管理）要求在网络经济条件下，企业不断完善内部业务流程，加强与业务伙伴们的合作，以便更好地满足客户要求，其直接的经济利益是为了更好地响应客户，降低成本与存货；战略上的利益则是为了进入新的市场，建立战略伙伴关系，为客户个性化服务，从而增强企业的竞争力。

网络经济将为企业多种机遇，主要是快捷地获取大量的信息资源，随着经济的发展，信息资源的作用越来越重要，它正在成为企业、个人和国家增强竞争力的决定因素，闭目塞听将造成土地、资本和劳动力资源的极大浪费，花费人力去研制先进国家已获突破的技术，花费资金去投产落后的产品，将会使企业错过发展的最佳时机。

网络经济也使社会和企业面对新的问题。网络经济使企业的生产方式由传统的粗放型、消耗型向现代的集约型转化，使资本的有机构成提高，传统的企业结构已不适应市场需求。对企业管理者来讲，要不断学习新知识，新技能，改变现有的知识结构，使自己能适应新经济时代的需求。

企业管理出版社出版的美国IDG新经济工商实务傻瓜丛书，将帮助我国企业了解发达国家在网络经济时代的企业经营之道，以利于我国广大企业在网络经济时代的竞争和发展。我们相信，中国企业家通过现代知识的不断更新，将带动企业现代化水平以及管理的革命性发展，促进我国企业在经济全球化的大潮中更好地应对挑战，加快发展。

陈锦华  
2000年2月

# IDG 新经济工商实务傻瓜丛书

## 翻译委员会

主任：尹援平

副主任：张瑞恒

委员：(按姓氏笔划)

丁 峰 马晓光 王学斌 王贵基

田晓犁 玄肇清 刘国平 刘金剑

孙泽民 远松山 吕国建 朱凤鸣

杜 敏 肖震东 吴太刚 陈永秋

陈忠华 胡 晓 贺卫华 贺启春

阎书会 谭振山 谭繁华

## 内容提要

本书作者以亲身经历谈及如何掌握向企业或个人销售商品和提供服务的技巧，并强调推销技能是日常交流的一部分，具有很强的操作性。开发、提升这些技能到更高的层次，你才能在说服、谈判或推销中占据强有力的位置。你可以在短暂的空闲时间里轻松地阅读本书，它提供了大量的快速推销、说服他人的技巧，适合工商界人士运用于日常商务销售活动中。

## 作者简介

汤姆·霍普金斯（Tom·Hopkins）堪称销售成功的典范，他在 27 岁时就已成为百万富翁，现在是汤姆·霍普金斯国际公司的董事长，经常向那些希望发挥自己潜能并获得最大成功的人们传授销售知识

30 年前，汤姆·霍普金斯认为自己是一个失败者。在大学入学 90 天后，自动辍学，之后的 18 个月他以在建筑工地扛钢筋为生。不过，他相信世上一定会有更好的谋生手段，并开始尝试进行销售。然而这以后的 6 个月中，他平均每月只赚 42 美元，陷入了缠身的债务与绝望之中，这是他一生中最糟糕、最灰暗的 6 个月。他决定把最后的几块钱投资到一个为期五天的培训班，但这却成为他生命的转折点，从此，前途豁然开朗。在培训班结束后的 6 个月，他售出了价值 100 万美元的房产。

21 岁时，他获得洛杉矶销售与营销学会的赛密奖（SAMMY），同年创立了销售业绩记录，并一直保持至今。

由于对销售的热情以及他所具有的独特才能和成功的销售技巧，从 1974 年起，霍普金斯开始开办培训班，每月培训近万名销售人员，很快成为顶级销售人员培训师。现在，他作为汤姆·霍普金斯国际公司的总裁，每年出席 75 次研讨班，培训全世界近 10 万名销售人员。

他还开创性地为没有机会参加研讨班和希望温习研讨班内容的学员制作了高质量的教程磁带及录像带。为适应时代变化，这些公认的至今最有效的教程不断翻新，至今已有百万以上的人员利用这套教程学习销售技巧。

除本书外，汤姆·霍普金斯还出版了六本书，其中包括畅销书《如何掌握销售艺术》，该书销量达 130 万册，被译成 8 种文字，在 27 个国家出版发行。

霍普金斯是全美演讲协会的成员，而且是为数颇少的“同行优秀奖委员会”的成员之一。他经常成为年会的重要发言人，并且常常作为特邀嘉宾出席电台和电视台的谈话节目。



# 本书导读

---

欢迎阅读《如何做好销售》。在这本书中，我将谈及如何向企业或个人消费者介绍商品和服务的技巧，事实上，这本书更多的是介绍关于与人沟通的技能。懂得如何与人相处是一种很重要的技能，尽早学习，你会尽早受益。

要取得良好的销售业绩，必须具有合作精神和良好的倾听技巧，而且还要把别人的需要放在首位。因此掌握推销技巧对你的一生都会产生良好的影响，并带给你更多的欢乐和满足。

此书现在就会给你带来欢乐与满足，会帮助你取得各项收获：尊重、财富、对你从事的工作的认可、来自朋友和家庭的认同、谈判的控制力以及更佳的销售业绩。

我从19岁开始在房地产业从事推销，并成为一名推销行家，这本书是根据实际经验撰写的。房地产行业充满机会，但当时我一无所所有，没有汽车，甚至没有一套体面的套装，所有的家当仅仅是公司制服和一辆摩托车。骑着摩托推销房地产实在不容易，我不得不给潜在的客户带路，希望他们跟上我；当他们自己觉得这个孩子不可靠时，他们就径自走了，而我不得不原路返回。更糟糕的是，在南加州明媚的阳光下，穿着制服是很难以冷静的形象面对客户的，但是我坚持下来了。

当时，在房地产行业只要找到成功的推销方法，就能赚到大笔的钱。不断地尝试，不断地犯错误，这是一条充满艰难的路。当时，一位富有经验的专业推销员告诫我要学会接近，主动去接近生意，我回答“我连一套体面的衣服都没有”，这就是为什么我在从事房地产推销的最初6个月里，每月只挣42美元。

从那以后，直至成功，走过了段漫长的路。这些经历激励我不断向他人传授，希望读者从我的失误中汲取教训，从我以后的成功中获得有益的技能。

是的，我取得了成功，我达到了我的奋斗目标：在30岁之前成为百万富翁，而且打破最后期限，提前3年达到目标。想一想，对于一个没有汽车，甚至没有一套体面衣服的家伙，27岁时就成为全国房地产业最成功的代理之一！这恰恰说明：当刚开始从事某种职业的时候，你拥有什么并不重要，重要的是掌握推销、说服和与人交流的技能。

## 谁需要读这本书

此书不仅针对想学习更多技巧的传统推销员，而且还针对那些希望利用推销技巧改变和改善生活的人。

- ✓ 也许你刚刚开始推销生涯；或许仅仅为了提高与人交流的技能。
- ✓ 也许你现在失业，正在寻找新的职业；或许你希望在现有的职位中得到提升。
- ✓ 也许你是一个希望得到成年人认可的少年；或许你是一个希望在谈判中取得成功的成年人。
- ✓ 也许你是一个教师，正在寻找更简明易懂的教学方式；或许你是一位家长，希望更有效地与孩子们进行交流。
- ✓ 也许你有一个对他人有益的想法；或者你希望改善你的私人关系。

这本书为你，为一个真正的人而著。

参加我的讨论会的学生告诉我，他们怎样在重大决定中运用策略和技巧，从家庭成员中取得赞同。参加讨论会的人还告诉我，他们怎样利用质疑法让配偶或孩子去做他们原先试图回避的事情。

还有一些学生利用这些技巧成功地推销自己，得到了更好的工作。其他的学生从学习中获得更多自信，要求而且获得更好的服务。

除此以外，还有额外的收获。当学生在私人关系中应用这些技能和策略时，许多同学得到更多的回报。

## 怎样使用这本书

这本书通过一系列的阐述，鲜明地提出推销的基本框架，你可以按顺序通篇阅读，或者首先浏览本书目录，首先仔细阅读你最感兴趣的标题，然后继续阅读你认为对你有益的其他部分。

- ✓ 如果你是认真的新推销员，并且把推销作为职业的选择，你可能会一页一页地仔细阅读。
- ✓ 如果你想要在你的生活领域使用这些技能，便应找到开发特定技能的相应章节，把书签置于所涉及的段落处。
- ✓ 如果你要在特殊的项目或者特定的说服他人的场合下应用有关技能，便应拿着彩笔浏览全书，重点勾画你所发现的对你有帮助的部分。

为了赢得成功，必须掌握与人交往的技能。阅读本书，你会看到生活中需要这种技能的各种各样真实的情形。我讲一些好的经历和一些糟糕的经历，通过这种方式，在你遇到相似的情形时，你就会回想起和利用相应的方法。

你可能会惊异地发现，当你与人洽谈时，是否注意到一些细小的事情会带来不同的结果。当你在思考“正是细枝末节起着决定的作用”时，你也许没有想到你递出名片的方式会促成或破坏一项交易；同样，你对要说服的人所施加影响的方式也会影响交易的成败。

本书所包含的方法、语言、词汇之所以出现在书中并不是因为编辑喜欢，而是经我以及全世界数百万的读者证明这些确实是有效的。

如果通过劝说他人、劝诱他人、说服他人或者通过推销商品，你将获益的话，那你为什么不全力以赴学习已被证实行之有效的策略和措施呢？

## 本书的主要内容

本书共包括六个部分，每部分分章节详细地阐述具体的主题。

### 第一部分：销售的艺术

在这部分，只用一章简要地提及推销是什么，更多的是论述什么不是推销。因为误解是理解的基础，所以在推销的艺术这部分探究了销售对日常生活的影响。每一时刻，世界上数以百万计的人，包括你以及你的朋友、家人，都处于销售的情景之中。第一部分使你更敏锐地觉察你所处的各种销售情景以及如何从中学习。

### 第二部分：高手重视准备工作

既然现在你已经认可你无时无刻不处于销售的情景之中，那么你也许希望对此有更大的控制力。充分准备是使谈判、说服别人、销售产品和提供服务取得成功的关键。这部分阐述了准备工作的各个步骤，按照步骤准备将使你从众人中脱颖而出，并将帮助你在生活中获得更多的肯定回答。

### 第三部分：技能创新

因为推销技能是日常交流的一部分，所以尽管你现在已经具有一定的推销技能，但是你只有开发、提升这些技能并使之达到更高的层次，你才能在说服、谈判或者推销中占据强有力的位置。

### 第四部分：建立稳固的商业联系

如果你的目标是建立长期的商业合作或者使你的职业水平提升到更高的层次，这部分会使你由平凡走向伟大。一般的人表现也一般，赢得的少，失去的也少。杰出的人视每次表现为建立商业联系的机会。如果一些人现在不接受你的推销，他们可能知道其他人将来会需要。杰出的人构建的不仅仅是商业，还有合作关系，正是这种关系使你进一步发展，并带给你更多的满足感。

### 第五部分：你不是常胜将军

被拒绝是生活的组成部分，预料到它，接受它，直至逾越它。你的主意和产品不被接受，并不意味着你作为一个人被拒绝。这会帮助你转过身去，把不愉快的事情抛在脑后，并使你明白如何最有效地利用时间，将精力集中在重要的事情上，因此琐碎的、消极的事情不会让你沮丧。

### 第六部分：快速阅读

这部分中一些短小的章节汇集了大量快速推销、说服他人的技巧，你可以在任何短暂的空闲时间阅读。应用这些技巧，能够临场迅速地振奋精神，兴奋地进入状态。请牢记：己所不欲，勿施与人。

## 本书的图标



强调推销成功所必需的关键信息和技能。一个大学教授曾经告诉我，只要他的学生努力学习和掌握他用红旗标注的部分，即使他们在课堂上睡觉，他都不会介意。这是我们要身体力行的部分。



强调在别人决定拒绝的情况下如何说服他们取得肯定回答的策略和技巧



强调成为推销冠军所必备的超出一般的高级策略。



讲述我推销生涯的故事以及学生的亲身经历。



在任何推销场合都适用的语言和智慧。



提醒你要记住的信息。



必须避免发生的情况以及常犯的错误。

## 下一步

浏览本书各个部分和各个章节，看看哪些地方使你拍案叫绝，你最好从这些地方开始。

因为多数人不了解自己的困惑究竟是什么，他们并不从对他帮助最大的部分读起，而是从他们最偏爱，但事实上已经比较擅长的部分开始，这也可以如果你这样开始，并且将本书的上述部分的策略应用到实践中，你会发现成功的机会增多了。但是，如果想从本书中获益最大，你需要进行一点自我分析，发现自己最薄弱的环节。即使只是面对自己，承认自己的不足也很困难，但是一旦勇敢地面对，加强针对薄弱环节的学习，你将获得最大的成功

---

现在重要的是你已经迈向成功，最成功的人是那些不断学习和更新自己的知识的人。你知道多少技能并不重要，重要的是你知道了这些之后，学到了多少。

借助本书介绍的推销艺术的各项技能，你将更充满自信，相信自己具备了取得良好改变的能力，改善生活的能力，改善别人生活的能力。希望你才识卓越、业绩出众！

# 目 录

## 第一部分 销售的艺术

<b>第一章 你不需要格呢运动装</b> .....	(3)
销售是什么——并不总与你的认识相符.....	(3)
广告就是销售.....	(4)
销售技能能为你做什么.....	(5)
销售自己，谋取理想职位.....	(6)
在新职位上销售自己.....	(12)
在目前的职位上销售自己.....	(13)
谁处于销售中——每个人.....	(14)
演员：成名前的艰辛.....	(14)
侍者：事半功倍.....	(15)
医生：长期医患关系的建立.....	(15)
律师：舞台的主角.....	(16)
政客：销售，销售，还是销售.....	(16)
父母：我们身边最主要的销售者.....	(17)
孩子：坚持不懈的销售者.....	(17)
朋友：互相销售.....	(17)
配偶：销售婚姻以及生命中的乐趣.....	(18)
同事：争取你热情的参与.....	(18)
信条：销售得越好，离成功越近.....	(18)
<b>第二章 赢得成功的提问法</b> .....	(19)
为什么提问.....	(20)
小问题，大共识.....	(21)
问题激发感情的融入.....	(21)
提出对方知道答案的问题.....	(22)
在个人交往的层面上进行销售.....	(22)
有效的提问技巧.....	(23)
约束法.....	(23)

选择法 .....	(25)
豪猪法 .....	(25)
引入法 .....	(26)
提问技巧如何助你达成交易 .....	(26)
销售产品 .....	(26)
销售点子 .....	(27)
<b>第三章 让销售成为爱好 .....</b>	<b>(28)</b>
收入是如何提高的 .....	(29)
生意和乐趣有什么不同 .....	(30)
销售甚至使家庭更和谐 .....	(30)
爱好与工作 .....	(31)
态度产生差异 .....	(31)
倾注的情感赋予工作意义 .....	(32)
销售：伴随每一件事 .....	(33)
销售知识：对好奇感的满足 .....	(33)
该学习了，该燃烧了 .....	(34)
学习的过程允许犯错误 .....	(34)
学习曲线——从蛹到蝶的过程 .....	(34)
无觉无知 .....	(35)
自觉无知 .....	(35)
自觉自知 .....	(35)
无觉自知 .....	(36)
睁大眼睛、竖起耳朵的价值 .....	(37)
寻找恰当的教学活动 .....	(37)
避免大脑偏狭 .....	(37)
无不适，无真知 .....	(37)

## 第二部分 高手重视准备工作

<b>第四章 寻找潜在顾客 .....</b>	<b>(43)</b>
谁是潜在顾客 .....	(43)
寻找潜在顾客的十种策略 .....	(44)
策略一：从你认识的人中发掘 .....	(44)
策略二：对商业联系进行记录 .....	(45)
策略三：与向你出售商品的销售人员交流 .....	(46)
策略四：让自己作为消费者的经历增值 .....	(46)
策略五：从短暂的渴求周期中获利 .....	(46)
策略六：利用顾客名单 .....	(48)
策略七：把握技术进步的潮流 .....	(48)

---

策略八：阅读报纸 .....	(49)
策略九：了解产品服务及技术支持人员 .....	(50)
策略十：实践3英尺规则 .....	(51)
寻找致富之路 .....	(52)
到哪里接触最有望成为潜在顾客的人群 .....	(52)
在朋友间 .....	(53)
在更广泛的范围 .....	(53)
借助专业人士的帮助 .....	(54)
公司提供的名单 .....	(54)
电话、信件以及面对面的会谈 .....	(55)
<b>第五章 无知可能令你与成功失之交臂 .....</b>	<b>(57)</b>
从零点出发 .....	(58)
多少信息算多 .....	(58)
针对购买者个性类型开展销售 .....	(59)
最大的敌人：顾客的恐惧 .....	(62)
你知道自己在说什么吗 .....	(65)
销售词汇 .....	(65)
行话 .....	(67)
应用自如的词汇 .....	(68)
了解不同区域的表达方式 .....	(70)
你理解你所听到的吗 .....	(70)
<b>第六章 了解你的产品 .....</b>	<b>(72)</b>
保持平衡的重要性 .....	(72)
太多的产品知识会使人..... .....	(73)
把冰块卖给爱斯基摩人 .....	(73)
兴致高昂却无处发挥 .....	(73)
重要的产品知识 .....	(75)
产品信息 .....	(75)
顾客与同事能使你博学 .....	(76)
了解竞争对手的产品 .....	(77)
对我有何用处 .....	(77)
即使更好，对他们又有何用 .....	(78)
设身处地为他人着想 .....	(78)
帮助他们进步（你也将进步） .....	(78)
眼睛不要总盯着钱 .....	(79)
适应顾客不断变化需求的两种有效方法 .....	(79)
让每次谈判都成为双赢过程 .....	(80)
无论成败与否，都要进行追踪调查 .....	(80)



<b>第七章 赢得现场讲解示范的成功</b>	(81)
一只脚踏进门内	(81)
找到最关键的决策人	(82)
及时道歉	(82)
好好休息，更上一层楼	(83)
现场讲解示范的基本要点	(84)
成为多种语言专家（即使实际上你不是）	(84)
把握说话行事的节奏	(85)
设想产品带给他们的利益	(85)
学习人类肢体语言的语法、语序和词汇	(85)
让产品成为明星	(86)
抽身退出	(87)
保持主动	(87)
是可视的，知道吗	(87)
公司为销售人员提供的材料	(88)
掌握可视材料的方法	(88)
没有可视材料——自己创造	(89)
展示你的产品	(90)
如何避免失误	(90)
找到电源，知道如何接通	(91)
确信你的材料干净整洁	(91)
检查所有细节	(91)
尽可能顾客化	(92)
携带保护垫	(92)

### 第三部分 销售技能的创新

<b>第八章 争取约会</b>	(97)
会面的要求是严格的	(97)
电话：最好的朋友，还是最坏的敌人	(97)
如何给客户打电话	(98)
保持向前的冲劲	(101)
提出什么问题	(103)
有时“不”为你开启大门	(103)
为未来的生意争取利益	(103)
约见的成败率	(104)
如何接近一个并不平易近人的决策者	(104)
<b>第九章 让对方放松</b>	(106)
让大家舒服起来吧	(106)