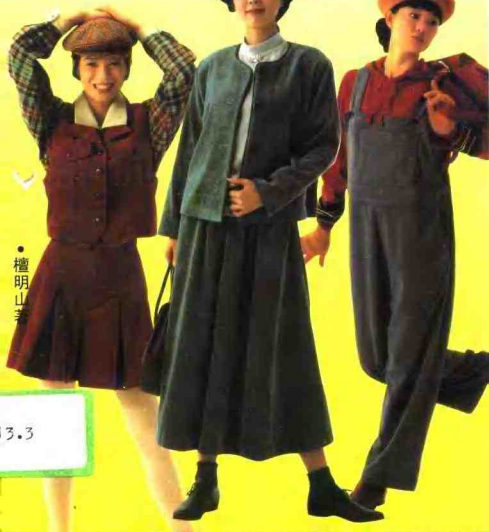


成功推銷技巧



• 檀明山

3.3

(京)新登字 073 号

图书在版编目(CIP)数据

成功推销技巧/檀明山编著

(成功不求人丛书)

北京:中国商业出版社,1994.5

ISBN 7-5014-2421-8

I. 成…

I. 檀…

Ⅱ. 推销 方法

Ⅳ. F713.5

责任编辑:崔惠英

中国商业出版社出版发行

(1000053 北京宣武区广安门内报国寺1号)

各地新华书店经销

福建省新华印刷厂

1994年5月第1版 1994年5月第1次印刷

开本:784×1092毫米 1/32 5.5印张

字数:120千字 印数:00001 5000

定价:3.90元

《成功推销技巧》

内 容 提 要

推销是一门精深的学问,也是一门高超的艺术。而今,它已发展成为体系比较完整的应用性学科。为了在当今这个竞争激烈的市场上赢得一席之地,每一位成功的经营者无不重视寻找、发现和占领市场,无不重视商品的推销。

推销有术,掌握和运用各种推销技巧,将使你在推销的世界中,随机应变,八面玲珑,左右逢源,马到成功。你想为一名优秀的推销员吗?你想在市场竞争之林立于不败之地吗?

《成功推销技巧》一书以精辟的论述,翔实的实例介绍了中外成功推销技巧,多角度、多层次地揭示了推销技巧的艺术和魅力。该书具有很强的实用性、操作性和可读性,是你提高推销能力,走向事业成功的得力助手,并对社会经济的各行各业商品推销工作具有普遍的指导意义。

目 录

1. 缩短距离融洽关系	(1)
——良好开端法	
2. 笑脸相迎热忱周到	(3)
——“五S原则”法	
3. 因人而异区别对待	(5)
——因人施语法	
4. 感情融洽心理相容	(7)
——制造氛围法	
5. 满腔热情加以引导	(9)
——热心参谋法	
6. 记住姓名赢得朋友	(11)
——直呼姓名法	
7. 破涕为笑起死回生	(13)
——妙语解颐法	
8. 面对挑战无所畏惧	(15)
——不怕拒绝法	
9. 关键时刻善于诱导	(17)
——把握时机法	
10. 试探虚实摸清真假	(19)
——投石问路法	
11. 储存信息随时调用	(21)
——提供情报法	
12. 意气相投水到渠成	(23)
——亲近推销法	

13. 突破障碍陈述利益 (25)
——先苦后甜法
14. 抓住机会再推一把 (27)
——促成成交法
15. 制造气氛门庭若市 (29)
——牵驴上路法
16. 跟踪热点及时开发 (31)
利用时尚法
17. 充满自信大胆保证 (33)
——敢下保证法
18. 主动让利优惠酬宾 (35)
买一搭一法
19. 以小引大刺激消费 (37)
——上层抽梯法
20. 善言暖人恶语伤人 (39)
——善言通融法
21. 实事求是 不说假话 (41)
——童叟无欺法
22. 与众不同令人瞩目 (43)
——标新立异法
23. 从容应付圆满答复 (45)
推迟答复法
24. 速战速决不容迟缓 (47)
——趁热打铁法
25. 崇拜偶像爱屋及乌 (49)
——明星效应法
26. 自以为是使人反感 (51)
——虚心求教法
27. 先行假设巧妙暗示 (53)
——假设成交法

28. 注意声调抑扬顿挫	(55)
——语调控制法	
29. 权衡利弊分析得失	(58)
和盘托出法	
30. 由彼及此由远而近	(60)
——步步进逼法	
31. 摆脱犹豫做出决断	(62)
——局部刺激法	
32. 利中有弊弊中有利	(64)
——扬长避短法	
33. 避难就易各个击破	(66)
——部分决定法	
34. 顺人之水推己之舟	(68)
顺水推舟法	
35. 循循善诱渐入佳境	(70)
易难渐进法	
36. 心理攻势直达目的	(73)
——投其所好法	
37. 货真价实巧言促销	(75)
——虚实结合法	
38. 制造气氛避免干扰	(77)
——关门洽谈法	
39. 售价合理不打折扣	(79)
——咬紧价格法	
40. 伶牙俐齿施加压力	(81)
——高压政策法	
41. 洗耳恭听适时插话	(83)
——多听少说法	
42. 花言巧语害多利少	(85)
——实事求是法	

43. 感情投资一本万利 (87)
——讨人喜欢法
44. 晓之以理动之以情 (89)
——一问一答法
45. 精心设问暗示答案 (92)
——诱使肯定法
46. 以诚待人言而有信 (94)
——真诚守信法
47. 间接否定留有余地 (96)
——先退后进法
48. 排除障碍有的放矢 (99)
——先发制人法
49. 摩拳擦掌语切中要害 (101)
——察颜观色法
50. 褒扬贬抑掌握火候 (103)
——请君激将法
51. 走街串巷一见如故 (105)
——访问推销法
52. 由远而近堵住退路 (107)
——迂回战术法
53. 因擒而纵纵之为擒 (109)
——欲擒故纵法
54. 消极等待概率为零 (111)
——速战速决法
55. 灵活变通多向处理 (113)
——弹性构思法
56. 半推半就逼其选一 (115)
——以二择一法
57. 随机应变土羊见影 (118)
——见风使舵法

58. 激发对方同类意识 (120)
——步调一致法
59. 瞄准心理画龙点睛 (122)
——巧言点拨法
60. 振聋发聩打动人心 (124)
——直陈接近法
61. 温文尔雅善于称赞 (126)
——赞美恭维法
62. 以假乱真制造错觉 (128)
——故意犯错法
63. 巧用心智无可辩驳 (130)
——委曲应答法
64. 孰优孰劣一目了然 (132)
——对比介绍法
65. 形象生动画龙点睛 (133)
——描述说明法
66. 闻不如见见不如试 (135)
——实物说明法
67. 耳听为虚眼见为实 (137)
——图片介绍法
68. 当场亮相以质取胜 (139)
——当面比较法
69. 此时无声却胜有声 (141)
——现场操作法
70. 如闻其声如触其物 (143)
——生势形象法
71. 拐一个弯说明观点 (145)
——间接说明法
72. 列举优点以货比货 (147)
——就质论价法

73. 化大为小化整为零 (149)
——价格分割法
74. 探明意向适时报价 (151)
——巧报价格法
75. 产品亮相顾客放心 (153)
——示范宣传法
76. 按照标准双管齐下 (155)
——软硬兼施法
77. 以子之矛攻子之盾 (157)
——转化矛盾法
78. 长话短说言简意赅 (159)
——以柔克刚法
79. 消除疑虑促成生意 (161)
——反败为胜法
80. 排除障碍促成交易 (163)
——承认补偿法
81. 意气用事必致败局 (165)
——永不争辩法

1. 缩短距离融洽关系

——良好开端法

“良好的开头是成功的一半”。在产品推销工作中，应该有个“良好开端”。如果一个推销员的开头并未能引起顾客的注意，就会使顾客产生心不在焉的情绪，使推销工作产生障碍，甚至当即告吹。

怎样才能找到同顾客交谈的突破口，使推销工作有个良好开端呢？下面介绍几种方法。

(1)注意寻找双方的共同点。社会心理学研究表明：人们都乐于同与自己有相似点的人交往、谈话。在推销过程中，相似性因素能有效地减少对方的恐惧感、不安感，解除戒备，缩短彼此间的心理距离，产生与你交谈的愿望，从而达到推销产品的目的。如何寻找双方的共同点呢？

①听人介绍，猜度共同点。

②观察顾客的表情、言语、举止，从中寻找共同点。一个人的心理状态、精神追求、生活爱好等等，都或多或少地要在他的表情、服饰、谈吐、举止等方面有所表现。只要你善于观察，就会找出与顾客的共同点。任何一个人，在错综复杂的神情变化中，都有决定性的瞬间变化，推销员应特别善于抓住这一有决定性的瞬间变化去寻找共同点。

③采用漫谈的方式寻找共同点。推销员与顾客对坐，为了打

破这沉默的局面,首先要开口讲话。有人以招呼开场,询问对方籍贯、身份,从中获取信息;有人通过听说话口音、言辞来了解对方情况;有的以动作开场,一边帮助对方做某些急需做的事,一边以语试探……

(2)巧布诱饵,让对方主动打开话匣子。推销员可以利用人们的“求知”、“解疑”的心理,在谈话的开头设疑团,置悬念,为下一步的推销创造条件,铺平道理。

(3)尽量说好第一句话。

①用肯定的语气询问,因为肯定的语气显示出你的自信,对顾客有感染作用。

②言简意赅,说明来意。顾客重视产品的使用价值,而不是产品本身。推销员要从顾客需要的角度出发,说明你推销的目的。比如,一个洗衣机推销员可以这样说:“您想减轻家务劳动吗?”

假若你开始的言行引起了顾客的注意,你要充分利用这一有利条件,把握主动权,趁热打铁,同顾客进行融洽的业务洽谈。

2. 笑脸相迎热忱周到

——“五S原则”法

“顾客就是上帝。”冷若冰霜、高高在上，只能拒客于千里之外；笑脸相迎，热情周到，才能生意兴隆，财源不断。

“五S原则”就是指：迅速、微笑、诚意、利落、研究等5条原则。它是为顾客提供优质服务的具体措施。

(1)迅速。

迅速，可分动作上的快与语言上的快。比如，顾客排长队等候时，以亲切的态度为他们服务，并且时时招呼后面的客人，不要让他们有受冷落的感觉。当为第一个客人包装时，对后面的客人说：“马上好了，请您稍等一下”；当你要走开一会，说一声：“我到××地方去一会儿”，顾客感觉温暖，就可避免产生不耐烦情绪。

(2)微笑。

店员必须时时面带笑容，但微笑必须具备三个条件：开朗、体谅、心平气和，这样才能产生真实情感。

①开朗：发自内心的微笑，才会让人产生愉快的感觉。所以，店员不要把自己家中的烦恼带到店里去，更不可将怨气发泄在顾客身上，必须时刻保持轻松的情绪，并露出开朗的笑容。

②体谅：体谅顾客挑选商品时的犹豫不决，也体谅顾客对你的催促，应该这样想“他能喜欢这商品，才会花那么多的心思和

时间,他一定急着把商品带回家。”一旦有了体谅之心,也就自然而然地露出体谅的微笑。

③心平气和:“忍一时风平浪静,退一步海阔天空。无论顾客多么无理取闹,店员也要谨记“顾客永远是对的”,“和气生财”,绝对不要与顾客发生冲突。如此才会给顾客留下好印象。

(3)诚意。

人与人相交贵在诚。这个信条也适用于推销工作上。只有诚意待客才能吸引顾客。诚意还是迅速、微笑的前提;否则,没诚意的笑,将会是皮笑肉不笑;没诚意的迅速也与冷漠的自动贩卖机差不多。

4. 利落

利落,就是将事情做得漂亮、彻底。此外,利落还体现在服装整齐、化妆适宜、动作迅速等方面。

(5)研究

店员必须进修研究商品知识,顾客心理以及应对顾客的技巧,以便得心应手地适应各种类型顾客的需求,保证服务质量。

3. 因人而异区别对待

——因人施语法

营业员每天都要接待各种各样的顾客，因此，营业员的柜台语言也不应该是千篇一律的，要因人而异，区别对待，这样才能取得良好的推销效果。比如：

对农村老年顾客可称“老大爷”、“老大娘”；

对工人模样的老年顾客可称“老师傅”；

对干部、知识分子老年顾客可称“老同志”；

对中年顾客可称“同志”；

对小顾客可称“小同学”、“小朋友”、“小弟弟”、“小妹妹”；

对男性华侨、外宾、顾客可称“先生”，女性的可称“小姐”、“夫人”、“太太”。

柜台语言要勤用敬称、敬词、敬语。要根据不同的对象、场合、内容、时间等使用得体、合适的敬词、敬语。如：

当盲人走近柜台时，要说：“您来了！”不要说：“您看什么？”

当盲人决定购买商品时，要说：“请放心，我一定挑好的给您。”不要说：“您看这个行吗？”

当老年顾客、盲人、行走不便或来医药柜台的顾客离柜时，可说：“慢走。”“走好！”少用或不用“再见”。

顾客询问的商品无货时，要说：“对不起，已经卖完了。”如果知道即将到货，可说：“请过二、三天再来看看。”

顾客退换商品,确属商品质量问题时,要说:“对不起,让您多跑一趟。”如果按规定不能退货,要说:“实在对不起,这种商品按规定不能退换。”

顾客走近柜台,一时腾不出手接待时,要说:“请稍等一下,我马上就来。”腾出手来后要说:“对不起让您久等了。”

顾客询问的商品不属本柜或本店经营时,可说:“请到××柜台看看。”或“请到××商店看看。”

顾客对商品表示不满意时,要在拿出另一件说:“您再看看这一件。”“要不,您再看看这一件。”看到顾客还不满意时,要说:“请别着急,再拿几件让您挑件。”或者说:“要不,请您到附近的××商店去看看,那里花色多,或许能买到。”

当顾客表示感谢时,要回答:“别客气,谢谢。”

当商品快卖完而后面排队的人还很多时,要说:“顾客同志们,今天的货不多了,后面的同志请不要排队了。明天我们设法多进一些货,实在对不起。”

4. 感情融洽心理相容

——制造氛围法

在推销产品时,推销者先将自己的推销目的隐藏起来,制造一个适于推销的氛围,让双方的感情融洽,推销者和顾客达到心理相容,最后抓住时机提出推销中心,说明来意,有利于达到促销的目的。

这里所指的适于推销的氛围包含两个方面的含义:

(1)推销者和顾客的思想情感相容,形成的和谐氛围,进而达到心理相容。心理相容是指团体或群体的成员心理协调一致,或言谈举止、思想观点、个性品格等互为对方在心理上所接受,由此建立起亲近感。缩短心理距离,心理一旦相容,推销效果不言而喻。

怎样才能使推销者与顾客之间的心理相容呢?下面举个例子说明。

克纳弗是一位煤炭推销商,几年来一直想把煤推销给一家很大的连锁公司,但该公司不予理睬,仍然从另一个镇上买煤。克纳弗气得要命,把连锁公司骂得体无完肤。

后来,克纳弗的朋友戴尔·卡内基在口才训练班上组织了一场分组辩论,题目就是“连锁公司公布分处对国家害多于益”。而且,把克纳弗定为反方。

克纳弗跑到那家他所痛恨的连锁公司收集资料。该公司一

位高级职员热情地接待了他。离别之际，这位高级职员说：“请在春末再来找我，我想下一份订单，将买你的煤。”克纳弗成功了！

(2)推销者和顾客与环境形成高度和谐、有机交融的和谐氛围。推销内容不同，推销环境也应有异。从风格上分，环境有喜庆热烈、悲哀伤感、轻松愉快、恬淡宁静、庄重典雅、亲切平和之分；从内容上看，环境有情爱、友爱、亲情之别。这种氛围有时空性，它依存于一定的时空。如推销者与顾客的心境、推销内容与推销时的周围环境相统一，更有助于推销的成功。

大荣公司是日本最大的一家销售公司。他们采取一种叫“前进立体陈列”的陈列方式：在面對過道的地方將商品高高堆起，售貨員站在这堆商品前推销商品。这样，以商品的丰富程度来引起顾客的购买欲望，促进销售。

使用这种“制造氛围”法的推销技巧，要求推销者要有尽快适应各种氛围的能力。此外，要求推销者在形成推销氛围之后，善于运用这种良好的氛围进行推销。