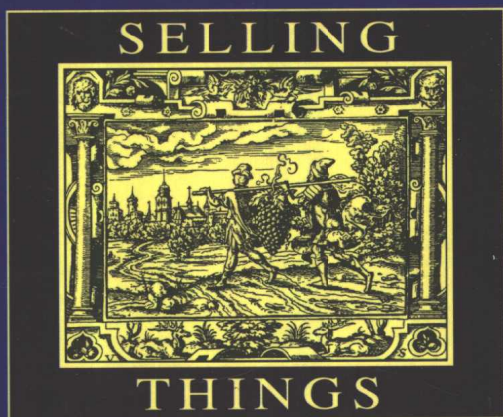


成功学创始人撰写的第一部推销员实用技巧读本



Selling Things



无所不能的推销法则 推销员基础训练教程

[美] 奥里森·S·马登/著
Orison Swett Marden

20世纪的推销员



[美] 奥里森·S·马登/著

Orison Swett Marden

张健康 仇朝兵/译

无所不能的推销法则

推销员基础训练教程

Selling Things

中国发展出版社

图书在版编目(CIP)数据

无所不能的推销法则/(美)马登著;张健康等译.
北京:中国发展出版社,2002.9
ISBN 7-80087-596-2

I.无… II.①马… ②张… III.推销-成功心理学 IV.713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 067904 号

中国发展出版社出版发行

(北京市西城区赵登禹路金果胡同 8 号)

邮政编码:100035 电话:66180781

北京铁建印刷厂印刷 各地新华书店经销

2002 年 9 月第 1 版 2002 年 9 月第 1 次印刷

开本:1/32 787×1092mm 印张:7 字数:150 千字

印数:1-10000 册 定价:20.00 元(精装)

本社图书如有印装差错,可向发行部调换

目 录 CONTENTS

第一章	能推销东西的人	1
第二章	优秀的推销员需要训练	5
第三章	训练中最重要的问题	11
第四章	给人留下一种良好的印象	17
第五章	推销中的谈话或“陈述”	25
第六章	洽谈方法和表达艺术	29
第七章	与人成功交谈的能力	33
第八章	如何引起别人的注意	38
第九章	赢得友谊和获得业务的策略	42
第十章	适当估价潜在的顾客	53
第十一章	如何在推销中发挥暗示的作用	60
第十二章	美好期望所产生的力量	67
第十三章	文雅的劝说艺术	73
第十四章	帮助顾客购买东西	79
第十五章	交易的结束	87
第十六章	最伟大的推销员——热情	92
第十七章	站在顾客的角度推销	97
第十八章	应付和预防顾客的拒绝	102
第十九章	推销员应有的素质	108
第二十章	推销员的着装	112
第二十一章	何处可以找到顾客	119
第二十二章	当你遇到挫折的时候	124
第二十三章	直面拒绝	131
第二十四章	了解你的产品	142

目 录 CONTENTS

第二十五章	接受销售经理的经验之谈	147
第二十六章	易于与人相处	151
第二十七章	品格是成功的资本	165
第二十八章	坚强的毅力	170
第二十九章	推销员应具有健康的体魄	180
第三十章	推销员的信条	198

第一章

能推销东西的人

如果一个人只是在等待着订单的到来，那么可以说他是没有推销技术的。他只是一个订单的接受者，而不是一个推销员。

1

当亨利·沃德·比彻来到普利茅斯教堂不久，他收到了一封来自西部教区的信，信中请求他们派去一位新的牧师，并描述了他们期望派去一位什么样的人，结尾部分还如此恳切地写道：“一定要派给我们一位会游泳的人。前任牧师在访问教区居民途中过河时被淹死了。”

我们这一社会到处都需要这种人，人类生活的每一个方面都需要“会游泳的人”。一个会游泳的推销员，也就会推销东西，他可以走出去，使事业取得成功；一个能给加西亚送信的人，也就能带回订单，是一个能“贩运商品的人”。

今天，整个商业世界都在寻求会推销东西的人。每一个制造业公司，每一个生产性的公司都在寻找会推销产品的人。高效率的推销人员在各行各业中都很奇缺，他几乎不会有失业的时候。

就在不久以前，有两家公司实际上就为一个推销员而走上了法庭，因为这个推销员把他以往的客户联系从一家公司转移给了另一家，而他的前任雇主认为他没有权力这样做，因为他与他们的公司订有协议（协议规定的薪水是5万美元）。

2 尽管事实是成千的雇员在寻找工作职位，但我们看到的却是：所有的雇主都在寻求会“贩卖商品”的人。这样的推销员从来不说如果条件允许，如果各方面都有利，如果不是因为经济萧条，或者其他的一些阻碍因素，他是能够推销商品的。任何一个地方的雇主都在寻找无论在什么条件下都能够有所作为的人。

如果一个人只是在等待着订单的到来，那么可以说他是没有推销技术的。他只是一个订单的接受者，而不是一个推销员。人们需要的是朝气蓬勃的人，具有强烈的首创精神和足够的勇气和决心的人，能够走出去并取得商业成功的人。

培训对于推销或者其他任何事务的成功都是必要的，但这不能证明培训是必需的。然而，由于数世纪以来人们已经接受了“从他们的错误中学习”，随处都可以获得知识，通过沉重的打击来获得知识

等教条，因此，他们对自己的工作了解甚少，对用健全和科学的方法进行的训练也一直缺乏正确的认识。而且，在以前，工人和纯粹的商人都被认为是属于社会底层，与有身份有学识的人是分开的，因此他们的需求从未受到太多的关注。一个人如果被认为生来就具有推销或者经商的天赋，他就会被认为是一个全才。

现在，许多人因受推销所带来的巨大利润的吸引，他们都希望能成为一个推销员，但他们又觉得自己没有这种不断取得成功的天赋。

事实确实是这样，就像某些人天生具有音乐或者艺术天赋一样，某些人在很大程度上生来就会推销他们的智力或者商品。有人认为，尽管与其他人相比，某些人的天赋确实要好一些，但在艺术、运动或者商业经营中，未经过训练的人和经过训练的人都是一样的。这种看法不仅在今天看来是不正确的，而且从来都是不正确的。

人类一直改造着大自然。纽约的中央公园之所以更加美丽，是因为庭园美化师一直在帮助大自然；农民的收成之所以越来越好，是因为他一直遵循了化学家的建议，化学家告诉他该如何使土壤变得肥沃；特拉华河和大运河之所以变得更易于通航，是因为工程师已经移走了大自然安置在那些水域中的障碍；科罗拉多贫瘠的土壤之所以能得到灌溉，是因为土木工程师的精湛技艺；园艺家通过嫁

接和修剪来帮助大自然；科学家利用外科中的防腐方法来保护尸体；发明家向大自然展示了电能的无数种实际用途。

我们不要欺骗自己；我们需要学习，无论从事什么事业，我们都需要经过训练。在这个时代，通过训练可以克服天生的缺点；通过训练，每一个青年天生的潜能都可以发展成有效率的能力。无论你在某一方面天生的能力有多么强，要得到最好的结果，都必须通过这种特殊的训练来使之得到强化。

4 未经过训练的人可能会得到这样那样的结果，因为他有天生的能力并无意识地运用了正确的方法。经过训练的人则会得到必然的结果，因为他总是在运用正确的方法。

商人不再会像过去那样把滞销归因于“不幸”，而是归因于忽视科学的推销手段。

“天生的”推销员并不像过去那样受欢迎。商业已经成为一种科学，几乎任何一个诚实、热心、意志坚定的青年人，如果他愿意付出一定代价的话，都可能成为这方面的专家。

现在，要赢得订单靠的是科学的推销技术，而不是好的运气。

第二章

优秀的推销员需要训练

5

有意识地为你的工作做好充分的准备将给你带来无尽的乐趣。今天的口号就是效率。准备不充分的人、消息不灵通的人和不知道自己的行动方向的人，都会被置于一种非常不利的地位。

一个想进入欧柏林学院学习的学生问该校的校长，某些用一般的方法根本无法在短时间内掌握的课程他是不是可以通过捷径在几个月内就撷其精华。

校长这样回答到：“当创建者想把内容挤压到一起时，他可以在6个月内创建起来，但当他想得到一个栌树时，他会花费100年”。

某家大百货公司的境外采购员是世界上报酬最高的雇员之一，在谈及她在这个职位上获得的报酬时，她更多地把它归结于她为此而接受的全面训

练，而不是其他任何事情。把薪水和佣金加在一块儿，她一年的收入高达3万美元。谈到她在这个公司的职位，该公司的一位高级官员对作者说：“我们更多地把布兰克小姐看成是朋友，而不是雇员；她到我们公司刚好20年了，当时她还扎着辫子，用鞋带系着；她营养严重不良，穿得破破烂烂的，我们不得不赶紧找来我们的公司医护人员，在让她做收银员之前，给她进行梳理和洗刷。如果没有训练，她很可能已经因不合格或者作为一个失败者而退回到贫民窟之中去了。而经过训练，她已经成为这个国家最有能力的商业女性之一。”

6

渺小的推销员和伟大的推销员之间的比例几乎差不多是1000:1；但是，如果你具有能推销世界上任何一种产品的天赋，为了使你成为一个伟大的推销员，你必须接受正确的训练和拥有忠实工作的愿望。有了这些成功的基础，无论你是刚失业不久，还是一直都默默无闻，无论你走到哪里，无论世事多么艰辛，你都会找到你的用武之地。

“推销术”这个词涵义非常广泛，它涵盖了很多领域。无论是一个靴子和鞋厂的驻外推销员，还是保险代理人、经理、银行家、经纪人，抑或是负责处理价值达数百万美元的股票和债券的人都是“推销员”，他们进行这种或者那种商品的交易——所有这些都构成了世界上有组织的庞大交易网络的一个部分。

在决定是否从事推销或者任何其他职业时，有三个重要问题是必须考虑的，那就是：爱好、能力和训练。从目前来看，第一个问题是最重要的，因为无论什么东西，只要我们爱好它，我们就会对它非常感兴趣；如果我们真正对它非常感兴趣，我们迟早会热爱它，成功就是来自对我们自己工作的热爱。

为证明你能否成为一个推销员，你必须首先分析你的兴趣和才能。然而，在这个问题上，必须牢记在心的是：人的个性，特别是在人的青年时代，是具有可塑性的。我们可能被别人塑造，也可以自我塑造。即使一个人天生没有作为推销员的强烈爱好或明显的才能，他也完全可以通过后天的学习获得这些。特别是才能，就像爱好一样，可以是天生的，也可能通过后天的学习获得。通过适当的推销技能的训练，也就是读一些有针对性的书、留心观察并仔细听取别人的意见，再加上适当的练习，我们就可以培养、提高我们的爱好和能力，从而成为优秀的推销员。

成功的推销员必须具备的基本条件是：优雅的外在形象、有亲和力的性格、礼貌、足智多谋、深入浅出的表达能力、诚实、坚定而不可动摇的自信、全面了解自己正在推销的商品并对它充满信心，以及达成协议的能力。真正友善的行为必须通过智慧和随时留意身边有关的事物来进行强化。如

果具备了这些素质，一个人是不愁成不了一个优秀的推销员的——当诚挚和高尚的品格结合在一起的时候，他们在任何一种职业中都将无往而不胜。

这些作为一个推销员的基本条件是不可能在规定时间内培养起来的。利用自己在学校里的剩余时间、休假期间和工作之余来学习推销艺术的青年人往往能取得良好的效果，从而在这个世界上取得成功，任何其他方式都不可能使之轻易地实现。

幸运属于已经得到适当业务训练的青年人。无论他的工作或者职业是什么，这种训练都将使他成为一个更加有效率的工作者。有些青年人因有一个阅历丰富的父亲而可以从上辈人那里获得一些有价值的建议。也有一些人因早早进入了好的公司而获益匪浅。因而，他们在成长的大部分时间都处于一种非常优越的环境之中，从而在成功训练方面一直拥有一种别人无法企及的优势。

很多人都认为：几乎每个人都可能成为一个推销员，而且推销艺术，如果有的话，不需要经过特殊的训练。抱着这种假设开始推销商品的青年人很快就会发现自已错了。如果推销是你的职业的话，对它所要求的条件你就不能持这种肤浅的看法。你承受不起把自己的生活弄的一团糟的后果。如果做推销员是一种无聊的职业，薪水很低而且前途渺茫，这样的职业你可能会无法承受。如果推销术能够给你的生活带来生机，还是值得进行非常认真、

非常深刻和科学的准备和训练的。

我认识一个内科医师，他是一个非常优秀的人。他的专业知识是在一个小乡村医科学学校学的，那里物质条件极差，实际上根本没有机会进入医院实习。实际上，在他进入医科学学校学习之前，他所获得的医学书本之外的经验是严重不足的。自从他拿到医学博士学位之后，他工作一直都很勤奋，而且已经过上相当好的生活，但他几乎没有机会在他的专业方面出名。他是一个很聪明的人，如果他是在波士顿的哈佛医学院，或者是到其他的一个著名医学院学习的话——这里的医院和诊所有充足的物质条件进行研究，也有足够的设备用来实习——那么，除了从书本和报告中获得的知识以外，他还可以在6个月里学到比他在乡村医学院里很长时间学到的东西都多。贫乏的训练注定他只能取得非常普通的成绩，如果他天生的能力得到全面训练的话，或许他会成为一个著名的内科医生。

9

你必须适当的训练，而不能只是作为一个业余爱好者来从事你一生中的工作。你希望成为一个专家、一个有地位的人、一个被尊奉为权威的人、一个在自己领域中的专门医师。三心二意的准备和不充分的训练就开始你一生的工作，就像一个人未经普通学校的学习，对数字都一窍不通，就进入实业界做生意一样。无论一个人天生的能力有多强，他都有可能被别人利用的缺陷。他可能会受制于他的

记账员和其他的雇员，并受制于那些寡廉鲜耻的商人。如果他要弥补他早期训练或教育贫乏的话，就必须付出更多的时间和精力。

要把东西推销出去不但需要适当的特殊训练，而且需要良好的教育和敏锐的洞察人性的能力，以及足够的智谋、独创能力和原创力。实际上，一个推销员要想在他的领域里取得成功，必须把他的智力品质和推销艺术结合起来。

然而，在推销中，就像在其他的任何一种职业中一样，对任何一个能力和智力一般的青年人进行训练都可以使他成为一个合格的人。推销中的成功就像其他任何一种行业和职业中的成功一样，不过是普通优点和一般能力的成功而已。

就像在战争中一样，在推销中也有进攻和防御。经过训练的推销员知道如何进行攻击，在他受到攻击时也知道如何进行防御。本书的内容，包含了推销中最有效的进攻和防御办法。

第三章

训练中最重要问题

推销就是一个你认识自己、了解你的公司、熟悉你的前景和你的产品，以及运用你的知识的过程。

11

造就一个伟大的商人的那些品质也是一个人要成为伟大的推销员所必需的。

推销很快成为一种职业，而且只有经过充分准备的推销员才有希望在任何情况下都能取得成功。

尽管不同的人对推销员应该学习的东西的方式分类不同，但有一点他们的看法是一致的：要想成为优秀的推销员，必须学习和认识一些东西。

例如，阿瑟·F·谢尔登先生在它的课程中把有关科学推销的知识分成四个方面：

1. 推销员；

无所不能的推销法则

2. 商品；
3. 顾客；
4. 销售。

“纺织品经济学家”开了些非常好的关于推销的课程，他们在这些课程中采用的分类方法几乎与此完全一样，亦即：

1. 推销员；
2. 商品；
3. 顾客；
4. 售后服务。

12

查尔斯·L·胡夫先生又给推销增加了一些有价值的数字，他在一本书中列出了5个在推销过程中应该考虑的因素：

1. 价格；
2. 质量；
3. 售后服务；
4. 友谊；
5. 赠与。

每一个推销员实际上都是在给顾客讲授关于商品的某些知识。也可以说，他是一个有重要作用的