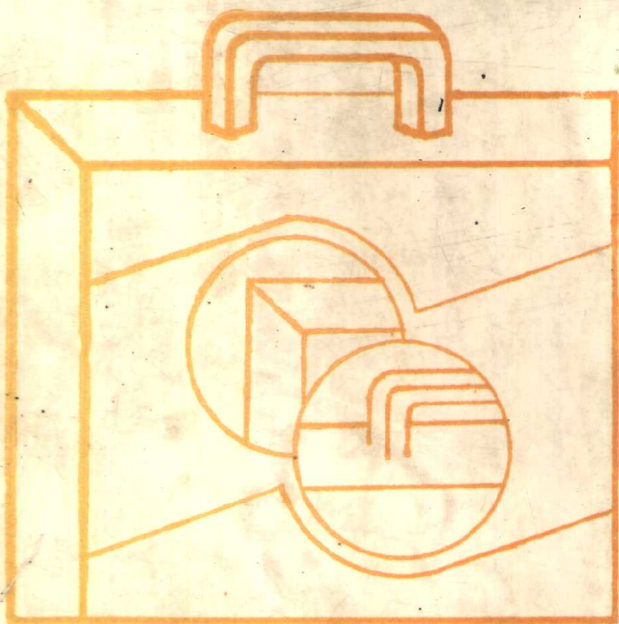


冠軍推銷員

—銷售額倍增的推銷技巧

林慶玲 編譯



書泉出版社
世界圖書出版公司

F

冠軍推銷員

—銷售額倍增的推銷技巧

林慶玲 編譯

書泉出版社

世界圖書出版公司

冠军推销员——

销售额倍增的推销技巧

林庆龄 编译

书泉出版社 出版

世界图书出版公司 重印

(北京朝内大街 137 号)

北京中西印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

1990年7月第1版 开本: 787×1092 1/32

1990年7月第1次印刷 印张: 7.75

印数: 0,001—3,200 字数: 15.6万

ISBN 7-5062-0710-9/F·12

定价: 3.60元

世界图书出版公司已向五南图书出版

有限公司购得本书重印权, 1990

限国内发行

出版者的話

企業經營大方針的決策，靠學識與智慧；而經營管理實務的推動，則需能力與經驗。

學識可以從書籍閱讀中吸收，但經驗却是長年累月，嘗試錯誤的成果，唯有在不斷的實際工作歷練中，才能獲取。然而，一個人終其一生不能花太多寶貴的時間去嘗試錯誤，否則那將是一種無謂的浪費。吸取別人的工作經驗，才是企業經營成功的捷徑。

自身經驗的累積，靠時間；而他人經驗的吸取，賴口傳。時間，一個人擁有的有限；口傳，有其空間上、人際上的限制。如何將專家的寶貴經驗匯聚，供人所用，是本公司努力的目標，亦是本系列叢書出版的宗旨。我們實無意在已經是汗牛充棟的學理性書籍上再插一腳。那是學院派學者的職責。

本系列叢書，以實務為主導，以經驗為內容，企圖在理論的基礎上，融入實務的經驗；不空談學理，而著重實際作法。本叢書的作者，都是各該行業、各該職務擔當者中的佼佼者，他們憑其經年累月的工作歷練，提供了寶貴的經驗以及可行的具體方法。

41554/12

在範圍上，遍及經營管理的各個層面，包括行銷、生產、研究發展、人事、財務等。在選材上，除了國人的精心創作外，大部分選自美、日的這類佳作。在敘述上，盡量口語化、通俗化，避免學院派的艱深用語。我們希望藉著本系列叢書的出版，提升工商界經營管理的品質——「計劃」周詳、「組織」合理、「用人」適切、「指導」有方、「控制」得宜。

推介本書

——銷售額倍增的推銷技巧

處於競爭激烈的商場上，若想成為一個「特別具有銷售能力的企業」，就必須使得企業內的銷售部門組織化，並賦予行動動機，加以激勵才能奏效。而有關這方面的知識，便是當務之急！在這些知識中，開發推銷員的潛在本能、提高商談技巧、結束商談成交的能力，皆扮演著極其重要的角色。而本書中的內容，即是針對這點，提供推銷員商談技巧和銷售能力的指導。

目前坊間有關行銷與推銷的書籍，的確給企業界帶來極大的衝擊與啓示，作者本身也從中獲得許多的啓發。然而因為尚未看到極其完備的有關訓練體系的書籍出現，因此對初任推銷員的新手來說，無從做起的困擾仍然沒有辦法獲得紓解。

當然，閱讀有關行銷、推銷的書籍，確實可以獲得許多職業性推銷知識及其技術，而這些書是以該書作者的經驗為基礎，也的確極富說服力，但却無法超越經驗主義的範疇，因而未能網羅所有的推銷技術，成為以重點主義、實踐主義、效率主義為根本的書籍，真令人遺憾！

本書即針對這種種缺失，擬定寫作目標，如果稱本書的內容涵蓋了推銷活動的各個層面，也不為過，您只要將本書的體系做個研究，必能贊同這點。

各位致力於銷售業績以及商談效率的提高，並深入探討人生真諦與工作價值的推銷員們，只要熟讀本書，必能獲得滿意的答案。以本書為基礎，加上您原有的特殊知識和經驗，相信能使您「如虎添翼」。好好奮鬥，成功就在不遠處了。

冠軍推銷員

——銷售額倍增的推銷技巧

I 使命感確立篇

1. 奮發吧，推銷員！

——自我激勵

世界上最幸福的人，就是販賣幸福的人 在商業社會中，成功究竟為何 推銷
是最美好的職業 積極主動是成功的最大公因數 以「我心已沸騰」的熱
情貫徹一生

2. 世界推銷冠軍的實例與意見

——若不立志成為推銷冠軍，乾脆不要幹了！

推銷的定義 人生的ABC分析 世界推銷冠軍的實例與意見 促使他
們成為推銷冠軍的因素 推銷成功的五個階段

II 活動計劃篇

3. 推銷員該做些什麼呢？

——目標設定與行動計劃

主動與被動的自我管理 推銷行動好似自行車的雙輪 決定「如何做」(方法)之前，先決定「做什麼」(目標) 推銷活動的五個階段 銷售效率目標 推銷職務分析 推銷員的時間管理檢查表

三一

4. 開發新客戶

——潛在客戶開拓法

知彼知己 沒有銷售就沒有事業，沒有開拓就沒有銷售 潛在客戶卡
四種潛在客戶 源頭有別的潛在客戶名單 開拓潛在客戶的十種策略

四二

5. 推銷活動的計劃與準備

——應該準備些什麼？到那兒推銷

五四

二九

6.

拜訪計劃的設計

——提供您更有效的拜訪計劃

拜訪是個概括性的語詞 黃金時段 拜訪計劃的必要性 拜訪計劃的設計
計 拜訪計劃需要的資料 拜訪計劃表的設計 請牢記每次商談的銷售
額 最有效的拜訪路線 拜訪時機的決定

六五

III 商談準備篇

7.

客戶的慾望及購買心理

——燃起客戶慾望的方法

購買動機

基本需求

次要需求

設計適合您的銷售方法

洞悉客戶

八一

七九

—— 的習性 新家庭生活方式 生活方式細分化

8. 商品的效用價值與FABE技巧 九三

—— 促使商談成功最有效的三段攻勢
您必須愛上您的商品 商品的效用價值 FABE技巧 運用FABE
分析法的優點 以「證據」給對方有力的一擊 有效的銷售基點設定法

IV 商談技巧篇 一〇七

9. 如何巧妙地接近客戶 一〇九

—— 初次見面的攻略法

接近客戶 製造見面機會 消除客戶的緊張 奧城良治先生「以退為進」
的策略 初次見面的說話技巧 客戶的類型及其應對法

10

商談的進行

——成功商談的構成法

誘導客戶購買心理的七個階段 引起對方注意 引起對方興趣 如何使
對方產生聯想 用言語描繪 引起客戶慾望的三階段 慾望的真義
給予客戶比較的機會 商談時的留意外項

二三

11

反對應酬語的活用

——將商談的苦痛轉為喜樂

銷售是被拒絕而後開始 客戶反對抵抗的原因 應付反對應酬語的七種技
巧 應對處理範例 應付反對應酬語的標準化

三四

12

商談成功的要領

——結束商談的技巧即是決勝負的時刻

殘羹無濟於事 情緒曲線 掌握商談成交時機 心理瞬間 嘗試成文

四五

V

應用技術篇

—— 的魔網

結束商談，促使成交的七種說話技巧

經銷商拜訪檢查表

—— 五九

13.

精通銷售的說話技巧吧！

—— 六一

—— 有趣的說話技巧

銷售說話技巧的重要性

談話成功的時機

談話的目的

談話材料的組

合 迷人的談話技巧

14.

決勝負的創意推銷

—— 七〇

—— 除去腦中的鏽吧！

將問題變為機會吧！

開拓潛在客戶的創意

突破關卡的創意

讓客戶

信服的道具

使客戶感動的言語

節省招待費用的創意

利用電話成交

吧！

VI 事後處理篇

15. 探求推銷失敗的原因

——特別是隱藏在背後的原因

可惜啊！沒人願意勸諫他

推銷員失敗的七大原因

活用失敗原因分析表

將屈辱轉為光榮的契機

八一

16. 銷售日報表的寫法

——將困難轉為簡易

銷售日報表驚人的效用

討厭銷售日報表的原因

銷售日報表必須具備的

條件 銷售日報表的設計

銷售日報表的填寫要領

銷售效率雷達圖

以自我管理提高業績

九五

九三

17.

處理客戶的不滿

——將憤怒轉為笑容

顧在不滿與潛在不滿

根本消除客戶不滿的對策

客戶不滿的特性要因圖

曲線圖的ABC分析

處理客戶不滿的注意事項

卓越的处理程序

二〇九

18.

信用調查與貸款回收

——不要有無法回收的債權

銷售與收款

可信度高的信用調查

信用調查的時機

檢查危險徵兆

信用調查表的活用

回收貸款的管理

回收貸款注意事項

收款技術

二二一

I 使命感確立篇

現今的社會，固然充斥著各行各業，

我卻忍不住要說，再也沒有比推銷更美好的事業了！

因為，它能明確地肯定個人的努力，

而廣大的銷售市場，更是展現自我能力的最佳場所。

每天接觸各式各樣的人，工作之外還可學習；

況且，一些只有在推銷過程中才能吸取的經驗，

更是未來晉升管理及經營階層的必備要件。

奮發吧！推銷員！

