

PROMOTE SALES METHOD

推销高手 80招

产品推销已成为社会的共识，然而在人才争夺激烈的知识经济时代，
劳动力转变为商品，自我推销也就成为必然。
本书即是针对“产品推销”与“自我推销”两大板块指点高招的。

孙翔洲 陈梅/编著

民主与建设出版社

PROMOTE SALES
METHOD

推销高手
80
招

产品推销已成为社会的共识，然而在人才争夺激烈的知识经济时代，
劳动力转变为商品，自我推销也就成为必然。
本书即是针对“产品推销”与“自我推销”两大板块指点高招的。

孙翔洲 陈梅/编著

民主与建设出版社

图书在版编目(CIP)数据

推销高手 80 招/孙翔洲,陈梅编著. —北京:民主与建设出版社,2002

ISBN 7-80112-494-4

I. 推… II. ①孙…②陈… III. 推销-方法
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 088486 号

责任编辑	赵振兰
封面设计	李 栋
出版发行	民主与建设出版社
电 话	(010)65523123 65523819
社 址	北京市朝外大街吉祥里 208 号
邮 编	100020
印 刷	长城印刷厂印刷
开 本	850×1168 1/32
印 张	11.5 印张
字 数	210 千字
版 次	2002 年 11 月第 1 版 2002 年 12 月第 2 次印刷
书 号	ISBN 7-80112-494-4/F·236
定 价	22.80 元

注:如有印、装质量问题,请与出版社联系。

PROMOTE SALES METHOD

品质，生命之源

快乐生活，享受推销

善用媒体

让消费者的经历增值

必须认识你自己

了解竞争对手的产品

巧借直观辅助物

不按谱出牌，唤起感情

重视肢体语言的运用

疏而不漏的推销观念

消极法促成交易

面试时怎样包装自己

小心踏进时间陷阱

决胜外企

自己的脚，自己的路

如果造物主能给我一个有力的支点,我就会撬起地球。有这样的支点吗?没有,所以我就撬不起地球。如果有人能教我高招,我会在推销中制服对手。真有如此神奇的招术吗?有,所以我会拥有制胜的财富。

产品推销已成为社会的共识,然而在人才争夺激烈的知识经济时代,劳动力转变为商品,自我推销也就成为必然。本书即是针对“产品推销”与“自我推销”两大板块指点高招的。

目 录

- 第1招 品质,生命之源 1**
 锤炼推销员独有的人品,用后天的努力去改变与生俱来的品性,就会发现“睿智”距“弱智”只有一步之遥。
- 第2招 快乐生活,享受推销 6**
 将推销作为爱好,在其中寻找职业之外的乐趣,就会在“大漠孤烟”般的推销中发现迷失的羔羊。
- 第3招 学习,让自己燃烧起来 10**
 学,然后知不足;推销,然后知困。生命不息,推销不止。
- 第4招 潜在顾客就在你身边 14**
 知人者智,推销中“关系”往往大于“市场”,多一个朋友,就会多一次成交的机会。
- 第5招 从产品的需求周期中获利 17**
 只有有心人才会不断创造机会并抓住每次成交机会。理智先于情感,雷霆过后必有甘霖。
- 第6招 让消费者的经历增值 21**
 惟诚信,能赢得尊重,创造“回头率”。永远祈祷“上帝”,千万别踹“上帝”。

【目 录】

-
- 第7招 善用媒体**..... 24
“问渠哪得清如许,为有源头活水来。”广告是
推销的第一红娘。
- 第8招 必须认识你自己**..... 27
人贵有自知之明。如果推销生涯中迷失了自
我,那么成功就无从谈起。
- 第9招 产品,亲如孩子** 31
推销要像母亲对孩子那样了解自己的产品,
在本质上推销并不等于销售,尽管它也追求把产
品卖出去。
- 第10招 了解竞争对手的产品**..... 35
试问竞争鹿死谁手?智勇双全者胜。推销
如同打猎,像间谍一样观察分析对手,才会把枪
口对准它。
- 第11招 巧借直观辅助物(上)**..... 39
直接辅助使推销插上翅膀,逍遥直上九重
霄,让顾客先睹为快,促成交易。
- 第12招 巧借直观辅助物(下)** 43
顾客迷信自己的眼睛,“上帝”的眼睛是推销
的窗户。
- 第13招 书面推销计划** 47
运筹帷幄之间,决胜千里之外,计划是推销
的航母。
-

- 第 14 招 不按谱出牌,唤起感情**..... 50
顾客很少合乎逻辑地购买,顾客购买“喜欢的”,推销员喜欢“购买的”。
- 第 15 招 顾客的感觉知多少** 55
“跟着感觉走”,成交机会就大。感情推销,能充分调动顾客感觉。
- 第 16 招 向有购买欲望的顾客推销(上)** 58
欲望产生需求,需求满足消费,消费需要资金。
- 第 17 招 向有购买欲望的顾客推销(下)** 62
真正的决策者在推销渠道之外,要想成交,就要去找“守护神”。
- 第 18 招 卖点,顾客需要**..... 65
走出自我的圈子,慎思笃行,主动进攻,发现顾客需要,促成产品“卖点”。
- 第 19 招 尊重顾客的购买情感** 69
顾客不仅购买产品本身的效用,更注重购买带来的情感体验和精神满足。
- 第 20 招 话语迎合顾客的喜好** 74
每个行业都有自己的话语体系,话语是推销的中介。
- 第 21 招 防止使用“可回驳语言”** 79
“可回驳语言”是潜伏在推销道路上的地雷,一旦踩响它,就会毁坏交易。

【目 录】

-
- 第 22 招 重视肢体语言的运用** 84
 第一印象常常是通过肢体语言表达的,任何
 时候,微笑都是对顾客的最好馈赠。
- 第 23 招 把握初次见面(上)** 88
 任何交易,都是从初次见面开始的。
- 第 24 招 把握初次见面(下)** 92
 无知者无畏,紧张是初次见面的拦路虎。
- 第 25 招 完美的产品介绍法** 96
 促使顾客做出购买决策,大多是通过介绍和
 示范实现的。
- 第 26 招 让顾客自己找答案** 100
 当你说时,顾客倾向于怀疑;而当他们说时,
 他们倾向于那是真的。
- 第 27 招 换位思考促成交易** 103
 己所不欲,勿施于人。将心比心,将己及人。
- 第 28 招 用反问句“掷回刺猬”** 108
 “掷回刺猬”就是用新的提问回答顾客的提
 问,对洽谈加以控制,并将其延伸下去。
- 第 29 招 用反问句请君入瓮** 111
 在说服别人时,最基本的技能是提问。谁将
 以身试法,还是“请顾客入瓮”。
- 第 30 招 问下去,改变顾客的决策** 116
 打破沙锅问到底,不失为上策,推销是思维

	的锻炼,是“问”的艺术。	
第 31 招	疏而不漏的推销观念.....	120
	让顾客平静地接受不能接受的产品,给你勇气去改变应该改变的观念。	
第 32 招	引导提问便于取得控制权.....	123
	引导顾客的思路,使他们证实自己是对的,要他们相信推销的产品。	
第 33 招	“发现提问”会把顾客卷入购买.....	128
	发现提问是一种对顾客的积极刺激,刺激兴奋将使顾客卷入购买。	
第 34 招	三元导向反应.....	133
	三角形稳定,三元思想互补。	
第 35 招	尝试促成交易.....	136
	“摸着石头过河”的真理放诸四海而皆准,交易是由多次试探性洽谈积累起来的。	
第 36 招	订单在握,缚住苍龙	141
	推销的最终目的是签订付款订单,没有凭据的交易不能防范违约。	
第 37 招	利用平衡表计算购买的理由.....	144
	给顾客 1000 个购买的理由,衡量“买”与“不买”之间的距离。	
第 38 招	二级问句交易技术.....	148
	推销中的二级问句是通过迂回的方法做成	

【目 录】

- 交易的。
- 第 39 招 权威的力量不容忽视**..... 151
- 有权者并非都有威信,权威根植于顾客的购买心理中。
- 第 40 招 顾客通常要“想一想”**..... 155
- 思想是行动的先导,不怕“做”不到,就怕“想”不到。
- 第 41 招 顾客惯于说“不”(上)**..... 159
- 有时候“不”实际上意味着“可能”。这时“不”为你开启成功的门。
- 第 42 招 顾客惯于说“不”(下)**..... 163
- 异议是通向推销成功的阶梯。“不”的背后通常隐藏着成功的契机。
- 第 43 招 成功推销的戒律**..... 168
- 无规矩不成方圆,成功是对规律的掌握和利用后的收获。
- 第 44 招 价钱是异议的本质核心**..... 172
- 顾客经常会不厌其烦地“讨价”、“压价”、“降价”并不想“减肥”。
- 第 45 招 消极法促成交易**..... 176
- 假如顾客没能力,那么他就会用事实和购买行动证明这种假设不成立。
- 第 46 招 顾客“不在预算之内”的拒绝**..... 179
- 推销,归根到底就是要把拒绝转化为购买。

-
- 第 47 招 电话推销**..... 183
 大多数推销是从电话开始的,在“请安”声中
 送去良好的第一印象。
- 第 48 招 提出并达成最后的协议**..... 187
 最后时刻力拔千钧,向顾客“请求”成交。
- 第 49 招 在相互理解中完成交易**..... 192
 人与人之间的信任是建立在相互理解的基
 础上的,推销过程也就是人际和谐交往的过程。
- 第 50 招 度过最危险时刻**..... 196
 最危险的地方最安全,因为危险使你奋进。
- 第 51 招 促成交易的注意事项**..... 200
 凡需注意的事项,都是当心的链条环节。
- 第 52 招 换种眼光看失败**..... 205
 推销是以成功的次数来评判结果,而成功的
 次数是与可能失败和继续尝试失败的次数成正
 比的。
- 第 53 招 追踪在产品售出之后**..... 211
 产品售出之后并不意味着推销工作的终结,
 恰恰相反,你的推销工作才刚刚拉开序幕。
- 第 54 招 适应顾客不断发展变化的需求**..... 215
 失败并不可怕,可怕的是跌倒后不再爬起
 来。追求,永无止境。
-

【目 录】

-
- 第 55 招 追踪要有的放矢…………… 220
 不见兔子不放鹰,推销追踪也是这样。
- 第 56 招 温情追踪 …………… 224
 “礼多人不怪”,话很俗,却也很实在。
- 第 57 招 争取最佳追踪成果…………… 228
 追踪是通向成功的必由之路,有了错误不怕,怕的是不去修正。
- 第 58 招 “必须成功”与“希望成功”…………… 233
 给自己一个目标,一个奋进的动力。为目标矢志不移,坚持不懈,明天定会有好收成。
- 第 59 招 期望法则…………… 238
 推销是一种挑战,一种乐趣,而不是一项单纯的工作。走过去,前面就是一片天。
- 第 60 招 成功的时间观念…………… 242
 管理时间就是管理自我。投资时间带来利润增加,花费时间减去生命历程。
- 第 61 招 时空切割提高效率…………… 246
 明日复明日,明日何其多,我生待明日,万事成蹉跎。
- 第 62 招 小心踏进时间陷阱…………… 251
 生命的真谛在于现在就做。
- 第 63 招 经营自己…………… 256
 少年不知勤学早,推销方恨本事少。推销是
-

-
- 缘,有缘者方能成大器。
- 第 64 招 学会使用电话…………… 260
- 兵贵神速,电话助你一臂之力。
- 第 65 招 网络推销新概念…………… 264
- 信息化带来冲浪的感觉,网络推销尽显神威,网上订单多多。
- 第 66 招 面试时怎样包装自己…………… 268
- 人靠衣裳,马靠鞍。三分人材,七分打扮。
- 第 67 招 天香国色横空出世…………… 272
- “好酒不怕巷子深”的时代属于历史。
- 第 68 招 明天面试有把握吗…………… 277
- 幸运女神,永远只垂青有准备的人。先就业,后择业。
- 第 69 招 决胜外企…………… 283
- 人永远走不出“围墙”,城里的人想出来,城外的人想进去。
- 第 70 招 坦然走进外资企业…………… 288
- 幕后的工作不仅仅是等待,等待太被动了。自信是成功的基石。
- 第 71 招 巾帼不让须眉…………… 293
- 自古巾帼不让须眉,现时女人有了支点。女人做推销悄然兴起,照亮了半边天。

【目 录】

-
- 第 72 招 **鱼与熊掌的选择**..... 298
 人生的道路虽然漫长,但紧要处只有几步,
 特别是当人年轻的时候。
- 第 73 招 **求职路上有陷阱**..... 303
 不入虎穴,焉得虎子。
- 第 74 招 **求职应有的心态**..... 308
 心态是一个很微妙的东西,凡事求诸心,成
 也是心,败也是心,喜也为心,哀也为心。
- 第 75 招 **如何做好新人**..... 313
 职场场辐射出光怪陆离的磁波,这使进入其
 中的新人眼花缭乱,晕头转向。
- 第 76 招 **简历,千里面目** 317
 求职简历,好比日常脸面,需要粉黛勾勒。
- 第 77 招 **自己的脚,自己的路** 322
 鞋再好,也免不了有破损的一天,而靠自己双
 脚行走的人,即使没有鞋也能赤脚走出一条路。
- 第 78 招 **条条大路通罗马**..... 326
 树挪死,人挪活,不要在一棵树上吊死。
- 第 79 招 **面试谈判,折冲樽俎** 331
 面试是求职者推销自己的外交策略。
- 第 80 招 **自信,民办生的立身之本** 336
 天生我材必有用,千里散尽还复来。
-

第1招 品质,生命之源

锤炼推销员独有的人品,用后天的努力去改变与生俱来的品性,就会发现“睿智”距“弱智”只有一步之遥。

□ 理论基础:

推销员不能发挥自己最大的能量,成功就会大打折扣。推销是一个震荡灵魂和激发情绪的行业!无数失败者所以能在这场商战中获得成功的信心和密码,就在于他从自身品质中悟出一个基本道理:个人能量的多少与成功程度有关,因此积累个人能量是成功的第一前提。

品质如同人的器官交织在一起,互相重叠,对于生命不可或缺。如果只是改善某一特性,而不同时改善其他特性或者即使忽略其中一个特性,也会从整体上破坏生命的潜力。因为睿智距弱智只是一步之遥。

好马配好鞍 推销员一进门,不管穿戴保守、打扮前卫,或是中性化的装束,都想尽力展现鲜明的个性,散发出一股让对方不由自主想亲近的魅力。这种个性化的魅力只属于热爱生活的自信自强的人。独特的个性感觉和对生活的坚定意识,均比外表漂亮给人以更深刻的印象。因此,仪表和气质便是推销员的两块招牌。

台湾著名主持人凌峰以“八千里路云和月”豪气才情自

【第1招 品质,生命之源】

称自己的脸是镌刻着祖国 5000 年荣辱沧桑的历史见证。从而赢得的不仅仅是贺美人的爱情,还有千千万万名观众的心。凭的是什么?无法抵挡的个人魅力。

干一行、爱一行 干一行、爱一行,才会有激情,才会引起或激活对方的注意和兴趣。对推销职业感到非常自豪,并把自豪基于严肃地对待自己的责任和利用自己的潜力上,这不同于许多新手仅凭纯感情的狂热便感到骄傲,瞧不起效率比自己低的人,造成对方的反感。自豪和骄傲是成败的两把剑。

不经风霜柿子不甜 自己都怀疑着自己,有什么理由苛求别人相信你?当然,如果刚开始推销,也许会问:“我不知道自己在干什么,我可能成功吗?”提心吊胆会四处碰壁。

在不清楚自己在做什么的情况下,就不敢自信。但是过分的自信也会受到挫折。“不经历风雨怎能见彩虹?”在跌打滚爬中长大的人才会懂得生活的原汁原味。

做推销时,必须每天培养自信,自信的进程本身就是一种说服力。矢志不渝的信念以及在提供产品及服务中所表现出来的说服力和自信将会打动“上帝”。学会使用所需要的各种方法去让对方做出成交的决策,每一步成功都会证明自己的价值,从而不断诱发出新的信心和力量。

距离产生美 热情友好地引导别人。不能太热情,太友好了反会让人生疑,以致成交无法进行。杰出的推销员毫不例外地都是以热情友好而促成交易的。

有一种偏见:推销职业是以欺骗的手段,掏“上帝”的腰