

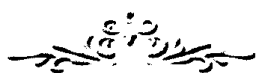
采撷羊皮卷的智慧之源
实践无往而不胜的成功之旅

做世界上 最伟大的推销员

羊皮卷的实践

单 宝 / 编著





做世界上 最伟大的推销员

单 宝/编著

天津社会科学院出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

做世界上最伟大的推销员/单宝编著. - 天津: 天津社会科学院出版社, 2006.1

ISBN 7-80688-238-3

I. 做… II. 单… III. 推销-基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 144805 号

编辑策划: 何宗思

出版发行: 天津社会科学院出版社

出版人: 项新

地址: 天津市南开区迎水道 7 号

邮编: 300191

电话/传真: (022) 23366354 (总编室)

(022) 23075303 (发行科)

电子信箱: tssap@public.tpt.tj.cn

印刷: 北京市业和印务有限公司

开本: 880 × 1230 毫米 1/32

印张: 7.25

字数: 170 千字

版次: 2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

印数: 1 - 10000 册

定价: 16.80 元



版权所有 翻印必究

引 言

做世界上最伟大的推销员

一、羊皮卷里的推销秘诀

海菲的主人从东方商人那里接过神秘的羊皮卷，不久就成为最伟大的推销员；海菲从主人那里接过那份羊皮卷，不久也成为最伟大的推销员；后来，海菲把羊皮卷传了下去，又有不少人成为最伟大的推销员……

历史的车轮不停地转动，人类社会历史进入了 21 世纪。星星还是那颗星星，月亮还是那个月亮，但环境变了，信息网络化和经济全球化是新环境的两个显著特点。在新的环境中，如何成为世界上最伟大的推销员？此时此刻，一部“新的羊皮卷”诞生了，它为人们指引了一条推销员的成功之路！

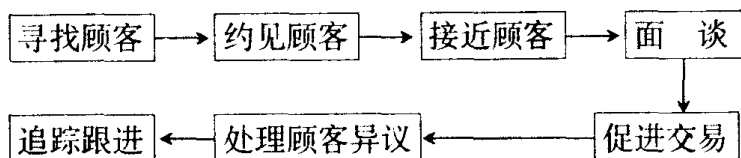
一个推销员的成功取决于三个条件：首先是具有远大的推销目标和计划，其次是具有高明的推销技巧，再次是具有良好的推销员素质。按照上述构想，“新的羊皮卷”采用如下体例：

羊皮卷之一为：“如何制定推销目标与计划？”要做好推销员工作，最实际的，也是最有助于成功的做法便是制定一个切实可行的工作目标与计划，先从打招呼、递名片练起，一步一个脚印地踏实前进，方可达成最后的交易。当然，做推销员要有更远大的抱负，不妨把远期目标瞄向世界上最伟大的推销员。

羊皮卷之二至羊皮卷之九为：“如何寻找客户？”“如何接

◆羊皮卷的实践

近客户？”“如何说服客户？”“如何成功达成交易？”“如何化解客户异议？”“如何留住客户？”“如何开发新客户？”“如何传递推销信息？”主要介绍了推销的过程及其技巧。推销的过程可参考以下步骤：



推销是一种沟通协调活动，目的在于说服潜在顾客购买某项商品或劳务，在满足顾客需求的同时，实现自身的推销目标。作为一个推销员，光有美好的梦想和满腔的热忱是远远不够的，还要掌握一流的推销技巧。因此，根据现代推销活动的先后程序和行为步骤，全面分析现代推销活动的基本思想，并吸收国外先进经验，结合实际，探索符合我国国情的推销策略和技巧，是一个推销员的努力所在。

羊皮卷之十为：“如何修炼推销员素质？”我们必须探讨推销员应具备何种特质，如果对此缺乏认识，我们不可能凭空去塑造一个理想的推销员形象。伟大的推销员由三个H和一个F所组成。第一个H代表的是“头”(Head)，第二个H代表的是“心”(Heart)，第三个H代表的是“手”(Hand)，最后的F代表的是“脚”(Foot)。首先，推销员需要的是学者的头脑，这是指推销员必须深入地了解行销、了解行销理论等，否则无法成为一位成功的推销高手；其次，推销员要拥有艺术家的心，如同艺术家一般对事物具有敏锐的洞察力，敏锐看出人们的需要；再次，推销员要有技术员的手，他不能光说不练，否则无法完成分内的工作，他对自己所推销产品的构造、品质、性能、价格、制造工艺等，

要既精通又会操作。最后，推销员要有劳动者的脚，不管何时何地，只要有顾客、有购买力，推销员就一定会赴汤蹈火、在所不辞。由此可见，推销员应是由“学者的头脑”、“艺术家的心”、“技术员的手”和“劳动者的脚”所组合而成的。

二、推销员成功秘诀

推销员之路是艰辛之路、是开拓之路、是奋斗之路，也是成功之路。那么，推销员成功秘诀有哪些呢？

（一）推销员要先推销自己

如果连自己都推销不出去的话，又怎么能推销商品呢？一般而言，如果顾客认为你是个讨厌的家伙，他是绝对不会向你购买任何东西的。顾客的购买意愿深受推销员之诚意、热情、勤奋程度的影响。要成为一位成功的推销员，就必须先把自己推销出去。一旦这个阶段成功了，推销商品就百分之九十九可以成功了。

推销员要获得顾客的信赖也不是一件容易事，最基本的是要让对方觉得你是值得信赖的人。例如在推销访问时务必信守时间，准时赴约不要迟到。守时可说是日常生活中最基本的规范，但有些人却忽略了，与客户约会时迟到了，这不仅失礼，也将使推销受挫。

（二）推销服务要落实到最具体的事项

顾客购买商品，提供良好的服务乃是推销员的职责，即使有些客户没有提出的事项，推销员也要主动提供服务。如果缺乏诚恳、热忱的服务，以客户的立场而言，其购买意志会产生动摇、失去信心，他会怀疑推销员的承诺是否能如期兑现？所推销的商品价格是否合理？等等。

推销员对客户要主动地提供良好的服务，可区分为两种：

◆羊皮卷的实践

一是文化方面的服务。这是对顾客提供知识上的服务，以买车为例，对于顾客的服务除了要充分发挥商品效益外，还要提供有建设性的意见。二是生活上的服务。推销员要把自己融入顾客之中，在日常生活中经常予以协助、照顾。具体言之，诸如顾客家中有婚丧喜庆时，在力所能及的范围内尽力给予帮助。当然对顾客的服务不要太过分，过头了反而不好。

（三）所推销的商品，自己会购买吗？

推销员对于自己所推销的商品，要有坚定的信心，如果没有坚定的信心，推销的动力就会减弱，亦难达成推销目标。如果了解商品的优越性，自己也喜欢使用，推销时将产生信心并勇往直前，当然也不惧怕客户拒绝，一定会有良好的业绩展现。

推销员喜爱自己所推销的商品，是推销过程中最重要的情感。推销，首先必须从向自己销售开始。想想看，如果所推销的商品自己都不喜爱、不愿意购买，怎么能够说服别人购买呢？因此，必须记住：第一，“己所不欲，勿施于人。”这是圣人孔子的黄金道德准则，体现在推销品德上，就是自己不喜欢的商品，不要向他人推销；第二，对于所推销的产品，先要让自己喜欢，然后才向他人推销；第三，推销商品必须从自己开始。

三、走出推销的误区

有许多推销员由于不注意推销的方法和技巧而常常陷入推销的误区，影响推销的效率。推销的误区主要有以下几种：

误区之一：对推销职业缺乏正确的认识。要做好推销工作，必须对推销有一个正确的认识。推销员应该深刻意识到自己是一个非常重要的人，应该有一种职业自豪感。一方面，推销员在企业中占有十分重要的地位。著名的IBM公司创始人托马斯·沃森

本人就是一位超级推销员，他开创的IBM公司之所以能获得巨大的成功，最重要的一点就是他对销售代表的期待和评价，公司的历届董事长人选都来自销售机构。另一方面，推销员不仅仅是为了企业实现销售，更重要的是为了满足消费者的需要。一个向收益人多次发放过巨额赔偿金的保险推销员，由于亲眼看到了自己卖出的保险单在持有人急需时发挥了作用后，才完全理解自己推销商品的价值。

误区之二：不注重自己的形象。有些推销员认为，只要推销商品就行，别的无关紧要。其实这种想法是非常错误的。推销员进行推销的时候，代表的不仅仅是他们自己，他们的一言一行都代表了产品和公司的形象。有一项十分重要的原则必须谨记：要推销你的商品，必须先推销你自己。因此，推销员必须时刻注意自己的形象，在个人的仪表服饰和言谈举止上下工夫。

误区之三：不重视顾客的需求和利益。先打个简单的比方，钓鱼的人钓鱼时绝对不会用自己喜欢吃的巧克力作鱼饵，而是用鱼儿喜欢吃的虫子。虽然这个道理大家都懂，但在推销的时候，依然有许多推销员忽略其重要性。这些推销员在推荐商品时，往往将自己认为的那些重要的商品特征作为陈述的重点，而不是根据顾客需求来陈述商品的特性。推销员推销不是为了自己的需求，而是为了满足顾客的需求；推销也不是卖自己认为需要的东西，而是卖顾客需要的东西。这之间的差距只是一线之隔，却相差有千里之远。比方说，对一个在乎汽车是否省油的顾客大谈汽车的加速性能是如何的好，肯定不会有好的效果。向工厂或中间商推销时，产品的质量或优点可能不是核心问题，企业的经理们最关心的是，你的产品能不能为他们节约钱，或为他们创造利润，如果推销员看不到这一点，肯定不会有好的效果。

误区之四：说得太多，听得太少。推销员还有一个常犯的错

◆羊皮卷的实践

误就是说得太太多、听得太少。许多推销员似乎认为，自己的嘴必须像机关枪一样不停地发射子弹，将顾客压得喘不过气来，这样才能成交；有些推销员认为，推销员有责任和义务将商品的方方面面全部介绍给顾客；有的人甚至将推销看成了炫耀知识和口才的机会。如果推销员总是喋喋不休，就容易出现以下一些情况：一是买主可能失去兴趣；二是买主可能将他们要说的话藏在心里再三琢磨，不再注意你在讲些什么；三是买主的问题和异议因被压制的时间太长而会变得更大。因此，推销员在说话的同时，也要注意聆听。

误区之五：对顾客的异议不重视。当买主说“不”的时候，不少推销员就会垂头丧气，在他们看来，遇到障碍就意味着顾客拒绝购买。导致这种结局的原因，就是推销员对顾客的异议缺乏一个正确的认识。许多有经验的推销员坚持这样一种观点：只有在推销员遇到障碍后，推销工作才算真正开始。障碍是推销过程的一个组成部分，它不但是本应料到的，而且是销售过程的正常现象。老练的推销员反倒欢迎顾客表达异议，他们明白异议并不是不可逾越的鸿沟，很可能还有助于推销。最难于对付的顾客是那些对商品毫无兴趣的“哑巴”，只让推销员劳心费神地揣摩他们的真实想法。所以，提出异议的顾客实际上是在帮助你，向你指明距离做成生意还有多远，也向你提供更有价值的信息。对于推销员来说，这些异议和障碍都可以用作有效的路标。

误区之六：喜欢随意反驳，把推销当作战斗。许多推销员有一个很不好的习惯，就是不断地打断客户谈话，并对每一个异议都进行反驳。虽说是道理越辩越明，但推销却不是这样。推销员应当时刻想到，你是在与客户合作，而不是与他抗争。如果将顾客看做你的朋友，而不是敌人，他们会产生同样的情感。只要坚决不与顾客打仗，双方都会避免伤害。因此，推销员务必记住：

不管顾客怎样激烈地反驳你，不管顾客的话怎样与你针锋相对，不管顾客怎样一股劲地想与你吵架——你也不要争论！

误区之七：害怕主动提出成交。许多推销员错误地认为，自己没有多大必要主动提出成交问题，推荐结束后顾客应当自动地购买。研究表明，推销员主动提出成交可以大大提高顾客的认购率，因为他们中间有不少人需要你推动一下才会采取行动。人本身的自然惰性窒息了许多人的购买欲，这样的买主就需要推他一把，他才能克服自身的惰性。因此，推销员必须主动争取成交。在精心准备推荐活动时，应当设计好几种成交方法，如果头一次努力没有成功，下一次努力还可以产生较好的结果。推销员应学会如何应付“不”的回答，并像拳击手一样立即跳回来准备再次出击。遭到拒绝时毫不退缩，应当是一个优秀推销员必须具备的素质。

目 录

.....

→ 引言：做世界上最伟大的推销员？

一、羊皮卷里的推销秘诀 / 1

二、推销员成功秘诀 / 3

三、走出推销的误区 / 4

→ 羊皮卷之一：如何制定推销目标与计划？

推销宝典：推销员的五大成功法则 / 3

启示 1：一切为客户服务是推销工作的出发点 / 4

启示 2：推销产品首先要了解市场需求 / 6

启示 3：推销目标市场的选择非常重要 / 8

启示 4：推销工作要勇于探索新途径 / 9

启示 5：巧用名人实施推销计划 / 10

启示 6：利用名人提高商品知名度 / 11

启示 7：推销工作要用大脑和智慧 / 12

启示 8：成功推销员的计划表 / 14

启示 9：为达成目标必须充满信心 / 16

启示 10：没有达成目标的信念，推销难以成功 / 18

→ 羊皮卷之二：如何寻找客户？

推销宝典：寻找客户的步骤 / 23

启示 11：寻找客户，要开拓有潜力的市场 / 24

启示 12：寻找客户，要挖掘潜在的消费需求 / 25

启示 13: 寻找客户, 要寻找潜在的客户 / 27

启示 14: 寻找客户, 要到现实生活中去寻找 / 28

启示 15: 寻找客户, 要开发出客户需要的新产品 / 30

启示 16: 寻找客户, 要进行深入的市场调查 / 32

启示 17: 寻找客户, 要有敏锐的预见力 / 34

启示 18: 寻找客户, 要把目光放远 / 35

启示 19: 寻找客户, 可运用电话形式 / 37

启示 20: 寻找客户, 行动要积极快速 / 39

→ 羊皮卷之三: 如何接近顾客?

推销宝典: 接近顾客的十种方法 / 43

启示 21: 接近客户, 要走进客户心里 / 45

启示 22: 接近客户, 要关注客户关注的人或事 / 47

启示 23: 接近客户, 以客户所关心的问题为切入点 / 48

启示 24: 接近客户, 赞美的话大有用处 / 49

启示 25: 接近客户, 馈赠礼品结友情 / 51

启示 26: 接近客户, 可运用迂回曲折之计 / 52

启示 27: 接近客户, 可在恰当的时候用一点幽默 / 53

启示 28: 接近客户, 第一印象决定成败 / 56

启示 29: 接近客户, 要学会理解和帮助人 / 57

启示 30: 接近客户, 也可以“出其不意” / 58

→ 羊皮卷之四: 如何说服客户?

推销宝典: 推销员说服客户的要点 / 63

启示 31: 说服客户, 首先要学会倾听 / 64

启示 32: 说服客户, 必须实话实说 / 65

启示 33: 说服客户, 不要小看小问题 / 66

启示 34: 说服客户, 不要轻易放弃 / 67

启示 35: 说服客户, 要有令人信服的理由 / 68

启示 36: 说服客户, 要掌握客户的心理 / 70

启示 37: 说服客户, 可采用精彩的演示 / 71

启示 38: 说服客户, 一定要积极应对 / 72

启示 39: 说服客户, 多进行连续的叙述 / 74

启示 40: 说服客户, 要有别出心裁的智慧 / 75

→ 羊皮卷之五: 如何成功达成交易?

推销宝典: 促成交易的方法 / 79

启示 41: 成功达成交易, 要与客户真心交流 / 81

启示 42: 成功达成交易, 为客户选购商品要真心实意 / 83

启示 43: 成功达成交易, 要让产品本身说话 / 84

启示 44: 成功达成交易, 要做精心的准备 / 86

启示 45: 成功达成交易, 要敢于打破常规 / 87

启示 46: 成功达成交易, 要有一个合理的价位 / 89

启示 47: 成功达成交易, 可让客户自己定价 / 90

启示 48: 成功达成交易, 推销员的言行很重要 / 92

启示 49: 成功达成交易, 要赞赏自己的同行 / 93

启示 50: 成功达成交易, 不要失小礼误大事 / 95

→ 羊皮卷之六: 如何化解客户异议?

推销宝典: 客户异议的化解方法 / 99

启示 51: 化解客户异议, 要站在客户的立场上 / 101

启示 52: 化解客户异议, 要掌握高明的化解技巧 / 102

启示 53: 化解客户异议, 要进行巧妙分析 / 104

启示 54: 化解客户异议, 要进行充分的说理 / 106

◆羊皮卷的实践

启示 55: 化解客户异议, 要做好充分准备 / 108

启示 56: 化解客户异议, 可以巧用“为什么” / 109

启示 57: 化解客户异议, 不妨自己先提出问题并回答 / 110

启示 58: 化解客户异议, 可采取“先尝后买”的办法 / 112

启示 59: 化解客户异议, 运用新旧产品比较法 / 114

启示 60: 化解客户异议, 该商品必须是货真价实 / 116

→ 羊皮卷之七: 如何留住客户?

推销宝典: 留住客户的十种方法 / 119

启示 61: 留住客户, 一定要取得客户的信任 / 121

启示 62: 留住客户, 要永远做忠实于客户的人 / 122

启示 63: 留住客户, 要从细微的小事做起 / 124

启示 64: 留住客户, 要坚持为客户提供琐碎服务 / 126

启示 65: 留住客户, 要对客户进行“征服” / 127

启示 66: 留住客户, 要用关爱去融洽感情 / 128

启示 67: 留住客户, 靠细致入微的服务精神 / 129

启示 68: 留住客户, 优惠的形式要别具一格 / 131

启示 69: 留住客户, 可采用新奇的经营方式 / 132

启示 70: 留住客户, 可利用人们的好奇心理 / 133

→ 羊皮卷之八: 如何开发新客户?

推销宝典: 开发新客户的“五大法则” / 137

启示 71: 开发新客户, 要用独特的推销思路 / 140

启示 72: 开发新客户, 让满意的客户替你说话 / 141

启示 73: 开发新客户, 要有别出心裁的推销方法 / 143

启示 74: 开发新客户, 可采用连锁推销方法 / 144

启示 75: 开发新客户, 从客户的需求入手 / 145

启示 76: 开发新客户, 要有全新的推销创意 / 147

启示 77: 开发新客户, 要进行不懈的努力 / 149

启示 78: 开发新客户, 从被拒绝开始 / 150

启示 79: 开发新客户, 要采用新的推销手段 / 152

启示 80: 开发新客户, 要创造新的销售模式 / 153

→ 羊皮卷之九: 如何传递推销信息?

推销宝典: 推销信息传递的基本要求 / 157

启示 81: 传递推销信息, 要有巨大的影响力 / 158

启示 82: 传递推销信息, 可利用名人效应 / 160

启示 83: 传递推销信息, 要出奇制胜 / 162

启示 84: 传递推销信息, 要因地制宜 / 164

启示 85: 传递推销信息, 要给人以新鲜感 / 165

启示 86: 传递推销信息, 要有“轰动效应” / 167

启示 87: 传递推销信息, 可利用群众“推销员” / 168

启示 88: 传递推销信息, 要顾及到当地的消费习惯 / 169

启示 89: 传递推销信息, 可以先声夺人 / 170

启示 90: 传递推销信息, 舞动起响亮的品牌 / 171

→ 羊皮卷之十: 如何修炼推销员素质?

推销宝典: 伟大推销员必备素质 / 175

启示 91: 当推销员要先学会做人 / 176

启示 92: 当推销员要有诚实的品质 / 177

启示 93: 当推销员要充满自信 / 179

启示 94: 当推销员要有阳光般的热情 / 181

启示 95: 当推销员千万不能灰心 / 183

启示 96: 当推销员要有丰富的想像力 / 184

◆羊皮卷的实践

启示 97：当推销员一定要自尊 / 186

启示 98：当推销员要有良好的外表 / 187

启示 99：当推销员要严格守则 / 189

启示 100：做推销工作要永不放弃 / 190

→ 附录：《世界上最伟大的推销员》
和《羊皮卷》两书的介绍和评论

1. 羊皮卷的故事 / 194

2. 一个传奇故事 十个成功原则 / 198

3. 一部商业圣经 / 200

4. 学习“羊皮卷”，改变我的人生 / 203

羊皮卷之一： 如何制定推销目标与计划？

