

CHE
NG
GONG
GTI
IXIAC
AO

祝春阳 林连成 著

成功推销技巧



海天出版社

成功推销技巧

祝春阳 著
林连成

海天出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

成功推销技巧/祝春阳. 林连成著. - 深圳: 海天出版社,
2000. 10

ISBN 7-80654-263-9

I. 成… II. ①祝… ②林… III. 推销-基本知识
IV. F 713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 65958 号

海天出版社出版发行

(深圳市彩田南路海天大厦 518026)

<http://www.htph.com>

责任编辑 杨月进 封面设计 张幼农
责任技编 陈 炯 责任校对 王 暖

海天电子图书开发公司排版制作

深圳市彩帝印刷厂印刷 海天出版社经销

2000 年 10 月第 1 版 2000 年 10 月第 1 次印刷

开本: 850mm × 1168mm 1/32 印张: 7.5

字数: 168 千 印数: 1—8000 册

定价: 13.00 元

海天版图书版权所有, 侵权必究。

海天版图书凡有印装质量问题, 请随时向承印厂调换。

前 言

本书很快就要带你参加成功推销技巧 (Successful Selling Skills) 研习班了。你的公司一定知道，你的每一次业务拜访都是非常重要的。在 SSS 课程中，你将会学到如何更有效地利用你跟客户在一起的时间。

SSS 课程介绍研习班将要传授的主要概念，欧美及日本等国著名大企业 30 多年对杰出销售业绩的研究，以及 *Leaning International* 等几个重要机构的研究结果所制成系统化的作业流程，适用于各行各业的产品营销。

SSS 课程给你一个尝试新的做事方法的机会。如果你这样做，很快就会得到出人意料的结果。

在新的技巧成为“自然的”习惯以前，你必须自觉地和刻意地去改变一些固有的做法。研习班将帮助你戒除一些妨碍自

已跟客户建立长期和顾问式关系的恶习。这种关系，在今天的商业社会中是极为重要的。

SSS 课程将帮助你达到三赢的效果，即你的客户、你的公司和你自己的成功。即所谓的“WIN - WIN - WIN” games。这是一个全新的概念。

□ 当今业务代表的地位空前重要

作为业务代表，相信你自己非常清楚，推销在今天是一份最富挑战性的专业工作。竞争日趋激烈，客户的要求越来越高，变化日益加快，这些都是你要面对的现实困难。随着商业的要求日益提高，你为自己公司和客户的成功所扮演的角色，也变得越来越重要。

客户面对纷纭复杂的选择时，业务代表需要发挥多种功能——不单要做产品和服务的代表，而且要做一個有丰富知识的顾问。他需要帮助客户审定资料、选择方向和作出明智的购买决定。

因为寻找新客户的代价越来越高，所以业务代表必须把眼光放远一些，不能只看一两次的销售成绩，他需要和客户建立较长期的关系。

产品及服务都有自己的商品地位，这就是说，业务代表在做生意时，必须使自己的产品和服务显得与众不同，才让客户愿意舍弃其他公司而跟你合作。

写下一些你对下面事情的看法：

1. 你怎么看自己在本行业中的业务代表角色

2. 要把这个角色做得好，你会面对什么挑战

你将会在 SSS 研习班开始时，分享这些看法。

☐ 达到成功的条件是什么？

在今天这个充满挑战的商业环境中，推销是否成功，与你是否能与客户建立良好的沟通有很大的关系。而有效的沟通，则取决于你的态度、知识和技巧。

态度：在拜访客户时，你的愿望是最重要的。要是你有真诚的意愿去帮助客户成功，你自然会希望你们可以维持长久的关系，并且你引导客户所做的决定，是能让他的公司和你的公司同时得到最大益处。

知识：你越了解你的产品 *，和越清楚客户的业务，你就越能帮助你的客户作出明智的决定，达到成功。

技巧：如果你不能有效地分享知识和表明动机，一切的知识 and 崇高的动机都不能帮助你推销成功。能够在沟通之中建立

了解、信任和承诺，是达成互利决定的先决条件。而 SSS 课程正是要帮助你建立这方面的竞争优势。

* 在这个课程里，“产品”一词的含义，包括有形的产品、无形的产品和服务，以及任何由销售机构所提供的综合式的产品和服务。

☐ 你在 SSS 课程里会学到什么？

在 SSS 研习班里，你会学到与人面对面的沟通技巧，使你可以帮助客户作出明智的购买决定，从而获得成功——也就是你自己的成功。换句话说，你会学到怎样做业务代表，和客户建立长期的关系。

首先，你会学习那些在每次拜访时都会使用的核心技巧。

你会学习怎样：

- 对拜访将要达成的事项取得协议（开场白）
- 对客户的需求有清楚的了解（询问）
- 向客户解释你的产品和公司，怎样可以帮助他达到成功（说服）
- 为合作的下一步取得协议（达成协议）

掌握了这些核心技巧后，你便会学习怎样处理更有挑战性的推销情况。例如，当客户没有兴趣跟你谈话，不满意你的产品和公司，或者怀疑你可以做到的事情时，你应该怎样做。

你在 SSS 课程里学习的所有技巧，是 30 多年研究调查的

成果。这些调查让我们知道在拜访中成功和不成功的业务代表的差别在哪里。如果你能够掌握和运用这些技巧，必定能在客户眼中，显得与众不同。

□ 如何学习？

SSS 课程的设计既有趣味又富有挑战性，你将利用多元的途径学习课程内容，例如：看录影带、阅读、角色扮演及小组讨论等。研习班会为你提供一个安全舒适的环境，远离工作压力，使你的学习更加顺利。

当然，你是否愿意尝试新事物，是学习能否成功的条件。正如参加高尔夫球、滑雪、网球或者其他训练课程，反复的练习是必需的；在新的技巧成为“自然的”习惯之前你必须自觉地和刻意地去改变一些固有的做法。

学习 SSS 技巧也是一样。虽然你在开始时可能会马上对某些技巧运用得很自然（因为这些也是你一向的做法），而其他人则感到不习惯，这是很正常的，没有人会要求你在第一次便完全做对。要从 SSS 课程中得到最大的益处的最好方法，就是把这研习班看成一个尝试新的做事方法的机会。如果你这样做，很快就会得到出人意料的效果。

学习时的职责要求：

- 积极主动的参与
- 开放的心态

- 尝试新的做事方法
- 准时守约

□ 如何能获益？

作为业务代表，你的任务是引导并掌握业务拜访的内容，使之达成互利的商业决定。

专心参加 SSS 研习班，可让你察觉到自己在业务拜访上的长处，也可以改善你的推销技巧，使它变得更为精练。这个研习班也能帮助你戒除一些妨碍自己跟客户建立长期和顾问式关系的恶习；这种关系，在今天的商业社会中极为重要的。

参加完研习班后，你应该更能：

- 使业务拜访有个好的开始
- 有效利用你和客户的时间
- 促进双方开放的资讯交流
- 问适当的问题，对客户需要建立完整而有共识的了解
- 用有意义和具说服力的方法，向客户介绍你的产品和公

司

- 开放和有效地对客户的顾虑作出回应
- 在业务拜访结束时，作出适当和清楚的承诺

虽然 SSS 着重面对面拜访时会遇到的问题，但你所学到的技巧，也可以帮助你懂得如何预备业务拜访，在拜访与拜访之间做更积极有效的东西，对拜访更有信心，目的更加明确。你

所得到的结果，则是与客户建立更满意和更长久的关系——以及得到更多的生意。

目 录

1 成功推销技巧核心课程	(1)
1.1 导 言	(1)
1.1.1 最优秀业务代表研究调查	(2)
1.1.2 成功业务拜访研究调查	(8)
1.1.3 业务代表角色研究调查	(14)
1.1.4 客户忠诚的研究调查	(17)
1.1.5 销售著作研究调查	(19)
1.1.6 其他应用方法	(21)
1.2 满足需要的推销方法	(23)
1.2.1 辨别需要	(24)
1.2.2 成功的业务拜访	(24)
1.2.3 概要	(26)
练习	(27)

1.3 开场白	(30)
1.3.1 何时做开场白	(30)
1.3.2 如何做开场白	(31)
1.3.3 引出开场白	(33)
1.3.4 准备做开场白	(33)
1.3.5 概 要	(34)
练习	(34)
1.4 询 问	(36)
1.4.1 何时询问	(37)
1.4.2 如何询问	(37)
1.4.3 解释询问的理由	(46)
1.4.4 准备询问	(47)
1.4.5 概 要	(48)
练习	(49)
1.5 说 服	(52)
1.5.1 有关你产品和公司的资料	(52)
1.5.2 何时说服	(55)
1.5.3 如何说服	(56)
1.5.4 准备针对客户的需要去说服	(61)
1.5.5 概 要	(62)
练习	(64)
1.6 达成协议	(69)
1.6.1 何时达成协议	(69)

1.6.2 如何达成协议	(70)
1.6.3 达成协议的准备	(76)
1.6.4 概要	(76)
练习	(77)
1.7 克服客户的不关心	(81)
1.7.1 何时去克服客户的不关心	(81)
1.7.2 如何克服客户的不关心	(82)
1.7.3 准备克服客户的不关心	(89)
1.7.4 概要	(90)
练习	(90)
1.8 客户的顾虑	(96)
1.8.1 怀 疑	(97)
1.8.2 误 解	(97)
1.8.3 缺 点	(98)
1.8.4 询问以了解顾虑	(99)
1.8.5 概 要	(101)
练习	(101)
1.9 消除客户的顾虑	(106)
1.9.1 消除怀疑	(107)
1.9.2 消除误解	(110)
1.9.3 克服缺点	(112)
1.9.4 消除客户顾虑的准备	(116)
1.9.5 概要	(117)

练习	(119)
2 成功推销技巧应用课程	(124)
2.1 引 言	(124)
2.2 注意和谨记的要点	(138)
2.2.1 技巧概要：开场白	(138)
2.2.2 技巧概要：询问	(140)
2.2.3 技巧概要：说服	(143)
2.2.4 技巧概要：达成协议	(145)
2.2.5 技巧概要：克服客户的不关心	(147)
2.2.6 技巧概要：消除客户的顾虑	(149)
2.3 实践活动练习	(153)
2.3.1 第一部分	(153)
2.3.2 第二部分	(154)
2.3.3 第三部分	(156)
3 基本理论知识	(174)
3.1 推销始于“拒绝”	(174)
3.1.1 人们为什么会拒绝推销呢？	(174)
3.1.2 问题的关键在于怎样对待拒绝	(177)
3.2 销售成功的动力	(179)
3.2.1 销售成功的因素	(179)
3.2.2 具有积极态度的八个要点	(180)

3.3 推销的过程	(183)
3.3.1 找出/激发客户的需求,使他相信:你的商品所 具有的好处能够满足他的需求或解决他的问题	(183)
3.3.2 说 服	(184)
3.4 对症下药——冰释客户的异议	(187)
3.5 需要、欲望、需求	(190)
3.5.1 三者的辩证关系	(190)
3.5.2 市场的概念	(191)
3.6 马斯洛需求理论	(193)
3.6.1 马斯洛需求理论概要	(193)
3.6.2 需求理论与推销的关系	(195)
3.7 消费者市场购买行为分析——神秘的暗箱	(196)
3.8 现代市场结构	(198)
3.8.1 现代市场结构的蛛网图	(198)
3.8.2 假设的市场结构图	(198)
3.9 波士顿咨询公司的市场增长率——相对市场份额矩 阵	(200)
3.10 市场营销观念的划分	(202)
3.11 市场营销职能的演变过程	(204)
3.12 市场营销组合的 4P 与 4C 对照	(206)
3.13 营销组合的 6P _s	(208)

3.14 影响公司营销战略的因素	(209)
附录 1 处理价格异议的能力测试	(210)
附录 2 推销演讲技巧指南	(213)
附录 3 SSS 课程总结纲要	(217)

1 成功推销技巧 核心课程

1.1 导 言

你如何能知道 SSS 课程的理念和方法有效？

理由很简单，SSS 课程是根据 30 多年对杰出销售业绩的研究而编写的。

此外，SSS 课程多年来先后被数以千计的机构采用过，这些机构遍及各行各业，全都验证了这个课程的实效。这本 SSS 课程在出版之前，曾在 35 个机构内做过试验，举办过 70 次的试验班，有 700 多名的业务代表和业务经理曾参与试验，以保证课程的有效性和相关性。

SSS 课程综述了国外几个重要研究机构的研究结果，并加