



进城务工
实用知识与技能丛书



【好员工系列】

HAOYUANGONG XILIE

JINCHENG WUGONG SHIYONG ZHISHI YU JINENG CONGSHU

ZENYANG ZUO YIMING TUIXIAOYUAN

怎样做一名推销员

——通过故事学推销——

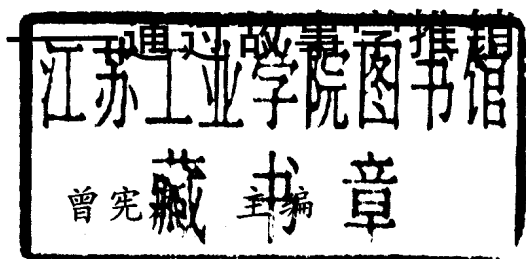
■ 曾宪凤 主编



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

怎样做一名推销员



重庆大学出版社

内 容 提 要

本书是“进城务工实用知识与技能丛书”之一。本书主要介绍了推销员推销的步骤、方法和技巧。主要内容有:推销员的基本要求、推销前的准备、推销的步骤与方法、推销的技巧,并选用了小故事,以轻松、诙谐、幽默的方式来讲述推销中的大道理,通俗易懂,生动活泼。本书作为初级推销员的入门读本,也可作为从业人员的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

怎样做一名推销员:通过故事学推销/曾宪凤主编.
—重庆:重庆大学出版社,2007.1
(进城务工实用知识与技能丛书.好员工系列)
ISBN 978-7-5624-3899-1

I. 怎... II. 曾... III. 推销—基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 164163 号

怎样做一名推销员 ——通过故事学推销

曾宪凤 主编
责任编辑:顾丽萍 式设计:顾丽萍
责任校对:李定群 责任印制:张 策

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街 174 号重庆大学(A 区)内
邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

重庆升光电力印务有限公司印刷

开本:787×1092 1/32 印张:3.375 字数:76 千
2007 年 1 月第 1 版 2007 年 1 月第 1 次印刷
印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-3899-1 定价:5.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

前 言

你想主宰自己的时间吗？你想“随心所欲”地行事吗？你想自己决定自己的报酬吗？推销这个职业能够实现你的愿望。

从事推销，与固定的上班族相比，时间上具有弹性，你不必担心上班迟到。当你与朋友喝茶的时候，你可以推销；大家聚会的时候，你可以推销；坐车的时候，你可以去推销，工作机动灵活，你完全可以主宰自己的时间。在推销过程中，只要出门能将产品销售出去，回来后你的主管就会高高兴兴地表扬你，你不必按照老板的意愿去行事，你可以“随心所欲”按照自己的风格设定工作计划和目标，一个人做自己喜欢做的事情。通过你的努力，只要你将产品销售出去，就可以享受到丰厚的回报。我们在任何岗位上工作，都会想到以自己最少的付出换回最大的回报，但是传统的行业很难做到这一点的，推销这个职业就不同了，一切的收入由你的努力去决定。

本书理论联系实际，介绍了做一名推销员的基本要求、推销前的准备、推销的步骤与方法、常用的推销技巧，并选用了小故事，以轻松、诙谐、幽默的方式来讲述推销中的大道理，通俗易懂，生动活泼，易于广泛流传。本书适合于推销新手学习和掌握推销的方法和技巧，也可以用做推销人员的培训用书。

本书由重庆市第二财贸学校曾宪凤主编，并负责第二章、第四章、第五章的编写；重庆市第二财贸学校夏智负责第一章、第三章的编写。

在编写中,参阅了一些国内外著名的有关书籍与杂志,并得到了重庆大学出版社的帮助与指导,在此一并表示感谢!

编 者

2006 年 11 月

目 录

第一章 推销员的基本要求	1
第一节 推销知识	1
第二节 推销能力	4
第三节 职业道德	7
第四节 仪表	9
第二章 推销前的准备工作	13
第一节 推销员首先要建立自信心	13
第二节 推销员要充分了解自己推销的产品	15
第三节 对顾客做好应有的准备	16
第三章 推销的步骤与方法	21
第一节 访问顾客	21
第二节 怎样处理顾客的异议	29
第三节 怎样建议成交	48
第四章 常用的推销技巧	52
第一节 见面技巧	52
第二节 产品介绍技巧	54
第三节 不要给对方说“不”的技巧	57
第四节 谈判技巧	58
第五节 售后细节的处理技巧	63
第五章 跟着故事学推销技巧	65
第一节 动机销售技巧	65

第二节 坦诚销售技巧·····	73
第三节 多为顾客着想的技巧·····	82
第四节 与顾客沟通的技巧·····	91
参考文献·····	99

第一章 推销员的基本要求

第一节 推销知识

要想在现代商品经济条件下做一个具有市场观念、竞争观念、服务观念的优秀推销人员,就必须拥有广博的社会知识和丰富而较深的专业知识。

一、社会知识

社会知识包括很多方面。推销人员必须与不同层次、不同性格、不同兴趣和不同需求的人广泛交往,如果不具备较广博的社会知识,将不能适应推销需要。从推销工作的特点讨论,应从如下几个方面积累和扩展社会知识:

(一) 人际关系与公共关系方面的知识

凡是成功的人一定有一个人际关系的“宝库”。人际关系对推销来讲就更为重要,因为推销员的工作就是与人打交道。要想使顾客接受自己推销的产品,必须首先使顾客接受推销员个人。良好的人际关系与公共关系,既是推销成功的前提条件,又是建立个人声誉和企业信誉的必要基础。

(二)美学知识

随着生产和科学技术的高速进步,人们的审美观念、标准和格调都会向高层次发展,人们的审美能力将向一种艺术美、实用美、人格美和高雅美的综合方向变化;对商品需求将向内外结合、实体与无形结合的方向发展。国外经济界曾有这样一种说法,过去是价格竞争,现在是服务竞争,今后将是设计和美化方面的竞争。现代推销人员必须具有相应的美学知识。

(三)心理学方面的知识

购买者是人,是现实的人、社会化的人,其行为受环境制约,也受需求的驱动。购买行为涉及购买者的心理活动。要想商品推销有所成效,推销人员应具有一定的心理学方面的知识,特别是近代发展起来的市场心理学、消费心理学等应用心理学方面的知识。

(四)风土人情方面的知识

推销活动总是在一定的具体地区进行的,不了解当地的风土人情,做出了与当地习俗相悖的事情,就很难成功。现代推销员一定要积累了解这方面知识,做到“入境问禁,入乡随俗”,才能使推销成功。

社会知识包括的方面很多,作为推销人员,知识越广博,越有利于推销业务的开展。除上述五方面外,文艺、体育、社交手段等方面的知识也应尽可能地扩展。

二、推销专业知识

推销人员的专业知识是指围绕推销活动的开展所必备的

业务知识。推销专业知识一般应包括以下几方面:

(一) 企业知识

推销员受雇于企业,对本企业的情况应当十分熟悉,这一方面是为了满足顾客的要求,另一方面也是为了使推销活动体现企业的方针政策,达成企业的整体目标。这些知识主要包括:企业的历史沿革、企业在同行中的地位、企业的经营方针、企业的规章制度、企业的服务项目、企业的交货方式与结算方式等。

有些企业招聘了新的推销员,既不经培训,也不将企业的基本情况向推销员进行介绍。当推销员外出开展业务时,顾客向推销员提出有关企业的问题,推销员却一问三不知。可想而知,这种推销业务成功的几率会有多大。

(二) 产品知识

推销员不是技术专家,也不是产品开发设计人员,不可能了解有关产品的全部知识。但推销员必须掌握顾客想了解 and 想知道的本企业产品的信息。顾客在采取购买行动之前,总是要设法了解尽可能多的产品知识。顾客喜欢能为其提供大量信息的推销员,顾客相信精通产品、表现出权威性的推销员。推销员不仅要推销产品,更重要的是推销知识。一般来说,推销员应对自己所推销产品的以下方面有深入的了解:原材料及主要部件的质量、生产过程及生产工艺技术、产品的性能、产品的使用特点、产品的维修与保养知识、产品的售后保证措施等。同时,推销员还要了解竞争产品的有关知识。

(三) 顾客知识

推销的首要目的是满足顾客的需求。推销员要经常了解

和分析顾客的需求情况及其变化,了解什么样的顾客和有多少顾客需要本企业的产品,需要多少产品,分析顾客中谁是购买的决策者、影响者、执行者和产品使用者。除此以外,还要对顾客的购买动机、购买习惯、购买过程和购买方式等进行了解,以便使用相应的推销对策和技巧。

(四) 市场知识

市场是企业 and 推销员活动的基本舞台,了解市场运行的基本原理和市场营销活动的理论,是企业 and 推销员获得成功的重要条件。由于推销活动涉及各种各样的主体和客体,有着十分复杂的方式和内容,因此,要求推销员掌握的市场知识应当十分广泛。推销员应努力掌握市场经济的基本原理、市场营销及商品推销的策略与方法、市场调研与市场预测的方法、供求关系变化的一般规律、现实客户的情况、增加购买量的途径、潜在客户的情况、市场容量等知识。

(五) 经济法律知识

一定时期的经济法律,是企业经济行为的准则。推销员的行为并不代表个人,而是代表着企业形象,只有熟悉了有关的经济法律知识,才能使自己的推销行为规范化,也才能维护企业的信誉和经济利益不受损失。

第二节 推销能力

人的素质的高低集中表现在其从事社会活动时所具备的各种能力方面。推销员职业的特点是以人为工作对象,而与人打交道是一门复杂、高深的艺术。优秀的推销员应该头脑清

晰、反应灵敏,在学习和实践中锻炼自己的能力。推销员的能力结构包括以下几方面的内容:

一、洞察力

新发明、新产品、新广告、新观念、新方法的魅力所在是其“新”,推销员推销时的吸引力所在也出自于“新”。推销员如何在推销过程中创新,有赖于推销员对新鲜事物的敏感,要求推销员具有超凡的注意力和洞察力。具备敏锐的洞察力,才能透过表象,看到问题的实质。优秀的推销员应该是一名“哲学家”。

二、判断力

在推销谈判过程中,顾客受到各种环境因素的影响和各种渠道的信息干扰,其想法经常处于变化之中。推销员应具有及时抓住对方心理变化的能力,敏锐机智的推销员能随时应付各种情景。优秀的推销员应该是一名“心理学家”。

三、表演力

推销员从接近准顾客到与其洽谈必需耗费一番心机。但时间是有限的,对方很可能不情愿停止他的工作来与你长时间面谈。这就要求推销员在有限的时间内,熟练地演示所推销的产品,能够吸引顾客的注意力,使他们对产品产生兴趣。优秀的推销员如同一位“演员”。

四、说服力

推销就是说服,推销就是合理的辩解。自己不能同意的见解,也不可能说服对方接受。逻辑性推理和论理是推销员成功

的秘诀之一。良好的说服能力建立在下面3个要素的基础上：
①推销员必须相信自己所推销的产品；②推销员必须相信自己所代表的企业；③推销员必须相信自己。只有这样，推销员才会产生劝说顾客的积极性。优秀的推销员应该是一名“雄辩家”。

五、社交能力

企业要与顾客建立长期的合作关系，推销员免不了要出席和应酬许多场面。推销员应是开放型的，要善于与各种顾客打交道，这包括善于与别人建立联系、相互沟通、取得信任和谅解、处理各种矛盾的能力，也包括在各种场合可以应付自如、使服务圆满周到的能力。优秀的推销员应该是一名“社交家”。

六、管理能力

管理员(Businessman)的英文含义是“很忙的人”。在时间就是金钱的当代社会，如何使推销员的工作更有效率和效益，则要求推销员具备良好的管理能力，包括组织能力、指挥能力、控制能力、协调能力和决策能力。优秀的推销员应该是一名“管理专家”。

七、记忆力

推销员的工作繁杂，需要记住的东西很多，如顾客的姓名、职务、单位、电话、兴趣爱好；商品的性能、特点、价格、使用方法；对顾客的许诺、交易条件、洽谈时间、地点等。优秀的推销员应该是一名“记忆高手”。

八、创造力

推销工作是一种创造性工作，是体力、脑力劳动相结合的

工作,是一种带有综合性、复杂性、体脑结合的创造性劳动。优秀的推销员应该是一名“成功的创造者”。

九、语言表达能力

“良言一句三春暖,恶语伤人六月寒”,这句话足以说明语言在交往中的重要性。在推销活动中,语言是推销人员与消费者之间相互沟通的重要工具,它既有利于传达商品信息,更有利于情感交流。语言艺术是推销员用来说服顾客的主要手段,每一次推销过程都要使用陈述、倾听及行为评议等多种语言技巧。可以说,没有语言艺术,就不可能有成功的推销。

十、学习能力

推销工作的业务内容是多方面的,推销活动的组织形式是不断变化的。一个优秀的推销员必须具有勤奋好学的精神,即上进心,这样才能使自己适应工作的要求,进而在事业上有长足的发展。

十一、广泛的兴趣

兴趣是人对客观事物的一种特殊的认识倾向。对于感兴趣的事物,人们会主动去接近、研究,以求得更深刻的认识。推销员一定要培养自己广泛的兴趣。

第三节 职业道德

推销员应具有良好的职业道德。因为推销活动不仅是一种个人行为,也是一种社会行为,推销员必须深刻理解自己的工作所具有的社会意义,履行一个推销员应承担的责任。

道德是调整人们相互关系以及个人与社会之间相互关系的行为准则与规范的总和。推销员的职业道德指的是推销员与企业、推销员与顾客、推销员与竞争对手之间的相互关系的行为准则与规范。作为一名推销员,正确处理好了与企业、与顾客及与竞争对手之间的相互关系,也就表明具备了良好的职业道德。

一、推销员与企业

推销员应热爱自己的企业,对企业要忠诚,不能利用工作之便搞不正之风,搞私下交易,更不能做损公肥私的事,要光明磊落,时时注意检点自己的一举一动,洁身自爱,维护自己的名誉,更要维护企业的信誉。

二、推销员与顾客

推销员对顾客要一视同仁,要做到童叟无欺,要平等待客;不管买卖是否能成功,不论生意大小,对顾客都要热情,为其提供周到的服务;作风要正派,不能欺诈顾客,不能行贿受贿,不能以不正当的手段或方式诱购诱销。

推销员必须诚心诚意对待顾客,以自己朴实的品格与顾客接触,与顾客坦诚相见,考虑顾客的利益,这样才能取得顾客的信任。

在处理与顾客的关系中,推销员必须做到以下几点:

①对顾客想了解、要求、期望的事情,推销员要全力以赴,诚心诚意去帮助解决,要尽早尽快地提供服务;

②对顾客接受自己的推销、购买自己所推销的商品,要怀着感激的心情去与顾客洽谈;

③推销员要尊重顾客的想法、知识、人格、职业与地位,虚

心、认真地听取顾客的意见。

三、推销员与竞争对手

推销员在与同行进行竞争时,不要以贬低别的企业来抬高自己,要进行平等的竞争,在竞争中提高自己的能力。

总之,一个合格的推销员,应做到以下几点:①奉公守法,忠于职责;②对企业忠诚,热爱企业,维护企业信誉,不搞私人交易,不假公济私;③对顾客要“用户至上”,对同行要“信用至上”;④要平等待客,热情服务;⑤要注意勤俭节约,尽量降低推销费用,减少推销成本,要注意爱惜企业财产,不要挥霍浪费;⑥不能搞行贿受贿的违法行为。

第四节 仪 表

推销人员要想推销商品,首先要成功地推销自己。所谓推销自己,是让消费者接纳自己、信任自己,进而接纳你所推销的商品。推销人员要想成功地推销自己,除了对自己要充满信心外,更重要的就是要有得体的社交礼仪,给消费者留下良好的印象,消除消费者的戒备心理,在和谐融洽的气氛中进行沟通,以实现商品销售。

一、推销员仪表的重要性

【案例】松下总裁松下幸之助有一次去理发店理发,那时他不修边幅,头发乱蓬蓬的,皮鞋也不亮,像个邋遢老头。当理发师在谈话中得知这位糟老头就是大名鼎鼎的松下公司总裁时,不禁大吃一惊,然后十分严肃地劝说:“你这样不注意自己的仪表怎么行呢?你不仅仅是松下先生,也是公司的象征

呀,别人从你身上看到的是松下公司的形象。总裁这样遭遇,公司还会好吗?”

可见,一个仪容不整、不修边幅的人,连自己外表都收拾不好,是不能指望别人会对他有好感的。

仪表即人的外表,它包括人的容貌、服饰、发型、姿态、举止、风度等。它是外显的,在人与人的交往过程中最先被对方感知到的,因此,也被称为第一印象或首因效应。在商品推销过程中,推销人员具有良好的仪表会给消费者带来满意的第一感觉,并直接影响推销活动的效果。具体表现在以下3个方面:

(一)推销人员的仪表反映了个体乃至企业的精神风貌

在商品推销过程中,消费者是从感知推销员的仪表开始的,消费者对推销员仪表感知的印象,将影响他对服务态度和服务质量的判断和评价。推销员良好的仪表,会使消费者产生赏心悦目之感,同时也反映出推销员个人内在的精神风貌。企业中每个推销员的仪表风貌,综合起来又反映了整个企业的精神风貌。

(二)推销人员良好的仪表有利于提高销售效率

推销人员的仪表是吸引消费者、赢得消费者信赖的重要因素。推销人员优雅的举止、礼貌的语言、和蔼的态度,会很快拉近与消费者的距离,使之产生好感,取得其信任,进而促进购买行为的发生,提高销售效率。

(三)推销人员的仪表是文明经商优质服务的基础

全心全意为人民服务是社会主义商业的经营宗旨,文明经