

把希望寄托在运气身上的人，是最痛苦的人，
知道好运为什么会降临的人，是最幸运的人。

推销员

5 堂必修课

· 推销员完全定位成交法 ·

刘小建◎编著



tuixiaoyuan

5 t a n g b i x i u k e

如果一个人把做推销员当作自己事业的开始 —— 他离成功还有三年

如果一个推销员知道自己的客户在哪里 —— 离成功还剩三个月

如果出门前就知道怎样去接近客户 —— 离成功只有三天

如果见到客户就知道应该说什么 —— 成功就在眼前

北京工业大学出版社

推销员

5 堂必修课

· 推销员完全定位成交法 ·

tuixiaoyuan

5 t a n g b i x i u k e

刘小建◎编著



北京工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

推销员 5 堂必修课：推销员完全定位成交法/刘小建编
著. —北京：北京工业大学出版社，2007. 4
ISBN 978 - 7 - 5639 - 1766 - 2

I. 业… II. 刘… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 036156 号

推销员 5 堂必修课

——推销员完全定位成交法

刘小建 编著

※

北京工业大学出版社出版发行

邮编：100022 电话：(010) 67392308

各地新华书店总经销

北京秋豪印刷有限公司印刷

※

2007 年 4 月第 1 版 2007 年 4 月第 1 次印刷

720mm × 960mm 16 开本 13.25 印张 230 千字

ISBN 978 - 7 - 5639 - 1766 - 2/F · 239

定价：19.50 元

把希望寄托在运气身上的人，是最痛苦的人，
知道好运为什么会降临的人，是最幸运的人。

选题策划：吕长青
责任编辑：初旭新
封面设计：武晓强

前 言

有人说：“如果造物主能给我一个有力的支点，我就能撬起地球。”其实这个世界上根本没有这个支点，但是我可以把这句话转述为：“如果你有一支好的营销队伍，你就能救活一个产品，甚至让一个企业扭亏为盈。”在今天这个竞争激烈的商品经济时代，产品营销已成为一个关系企业生死存亡的重要课题，在世界经济这个偌大的舞台上，推销员所扮演的是一个越来越重要的角色。人们已逐渐理解了“销售为王”的观念，以“销”定“产”，销售能力决定公司的产量，销售产能决定企业的规模。越来越多的销售精英被吸引到营销这个环节中来，营销工作越来越具有魅力，越来越具有挑战性。为了适应目前大多数销售人员并非营销专业出身的现状，同时也是为了弥补目前的营销缺乏实践经验的问题，我们组织富有实战经验，同时又具有较高理论素养的专家，从推销员工作的实际出发，编写这本《推销员5堂必修课》。本书的特点是注重一线推销人员的感受，把推销人员每天可能遇到的实际问题和困惑，分解为各种具体的细节和要点，分别进行讲解和指导。通过每课“二讲”的内容，告诉广大营销人员：“谁是最优秀的推销员”，“怎样在市场中给自己定位”，“为什么说最好的客户是朋友”，“理解对方是成交的基础”，“守住老客户才有新客户”，这是每一个推销员必须明白的问题。相信这5堂课会使每一个推销员受益。希望这本书成为推销员成功闯天下的“法宝”。

目 录

第一课 推销员的必备知识

职业推销是一个成功机会很多，也最富有挑战性的事业。它对从业人员的综合素质有着很高的要求，专业知识仅仅是起着辅助的作用。传销人员因为不择手段，可以将石头当金子卖出去，而优秀的推销员由于对推销业务的烂熟于心，即使是很清淡的市场，在一个完全陌生的城市里，也能立马找到能够接受自己条件的客户，把业务开展起来。没有推销不出去的产品，只有这个产品值不值得你去推销。

第一讲 为成功做好准备

房子如果没有良好的地基，就禁不住狂风暴雨的袭击，就会很快倒塌。同样，业务工作也要有良好的基础。这个基础是由各种价值观组成的，能反映出你的经营能力和发展前景。这些价值观的形成能帮助你度过人生与工作上的风风雨雨。在这一讲，你将学习如何建立工作基础，吸取经验，弥补缺点。

- 一、推销生涯的 11 个优点 /2
- 二、建立专业形象的要诀 /3
- 三、获得良好第一印象的 9 个步骤 /4
- 四、从业务研习会中获取有价值的信息 /6
- 五、从他人的角度看自己的 7 个方法 /8
- 六、14 则励志小语，让你越挫越勇 /9
- 七、增强活力的 11 种行动 /10
- 八、克服拖延的 10 个秘诀 /11
- 九、成功推销员的沟通策略 /12
- 十、业务技巧更加精进的 10 个方法 /14
- 十一、典型案例 /15

第二讲 推销员自我管理秘诀

一个成功的推销员应该知道，设定目标、仔细规划才能完成最终的业务销售。他们知道做业务就免不了压力，所以应拥有一套应付压力的方法。早上起来，他们知道今天要做什么，晚上睡觉时，他们不会后悔今天没做什么；他们期盼好运，但他们不等待好运；他们知道如果做好自我管理，好运自然来。

- 一、时间管理的 13 个要点 /20
- 二、提高“赚钱时间”，减少“非赚钱时间”的 9 个方法 /21
- 三、拟定成功推销计划的 11 个品质因素 /23
- 四、负责大业务区的 12 个策略 /24
- 五、打长途电话的 10 个要领 /25
- 六、高效率开会的 13 个方法 /27
- 七、跟与你作对同事相处的 4 条建议 /28
- 八、跟恶上司共事的 5 条建议 /31
- 九、保持生活与工作平衡的 13 个诀窍 /34
- 十、逆境时重新振作的 13 个方法 /36
- 十一、对抗压力的 12 种手段 /37
- 十二、成功推销员的 16 个奋斗目标 /39

第二课 在市场中给自己定位

一个很难找到工作的人，或许会有很好的前途，一个很容易找到工作的人，或许很难找到美好的前程，所以只要是人才，都应该有别人难以替代的一面，所以要找到最合适自己发挥才能的位置，不会是一件很容易的事。一个产品要想找到最好的经销商和客户也是一样。怎样给自己定位，怎样去了解你的市场，怎样去寻找业务伙伴，在一个老推销员中，只有一个问题，要么只能根据产品去寻找客户，要么就根据市场选择推销的产品。一天的时间足够你回答任何问题。

第一讲 了解你的市场

制造业的理想目标，就是以最少的存货、最大的产能使工厂正常运作。在这种情况下，产品一下生产线，就上货车，立即送交到客户手上。要达到这个目标，必须精确地预测市场状况。同样，一个成功的推销员也可以实施“即时化订单”。在客户知道之前，就了解客户需要什么——你必须了解你的市场。

- 一、跟随市场趋势的 9 个方法 /42
- 二、对竞争对手进行分析的 10 个技巧 /43
- 三、市场信息与客户情报的 14 个来源 /44
- 四、建立客户顾问小组的 11 个指导方针 /46
- 五、定价的 13 个策略 /47
- 六、附赠精美礼品的 13 个要领 /49
- 七、业务预测的 6 个方法 /50
- 八、典型案例 /51

第二讲 寻找业务伙伴

许多推销员认为他们最高兴的事情，就是将东西卖出去，然后收到佣金或支票；而推销员最不喜欢的事情，就是找寻线索，打电话开发新客户。具有讽刺意味的是，推销的乐趣是建立在寻找潜在客户的痛苦之上。本节告诉你一些推销的诀窍与策略，让你减少痛苦，享受快乐。

- 一、寻找线索的来源 /54
- 二、通过人际关系提升你的价值的 11 个秘诀 /55
- 三、在电话中突破接待人员的 9 个策略 /57
- 四、在电话中与客户约定见面的策略 /59
- 五、取得约谈机会的 8 个创意方式 /62
- 六、记住人名的 7 个步骤 /63
- 七、拨打开发电话之前的心理建议 /64
- 八、接受拒绝的 14 个方法 /65
- 九、展览会成功的 10 个方法 /67
- 十、使展览会造成轰动的 21 个方法 /70
- 十一、参展的 10 个诀窍 /71
- 十二、广告信函的行销策略 /72
- 十三、让客户读信的 16 个秘诀 /75
- 十四、典型案例 /77

第三课 最好的客户是朋友

将一个好产品介绍给客户，那是你够朋友。一个很普通的产品，客户热心代理，帮你推销给他的客户，那是他够朋友，只要是你的客户是你的业务伙伴，你就应该把他们当做最好的朋友，他们也会因此成为你最好的客户。即使是好朋友，也要讲究交往（推销）的技巧，要学会以客户为中心，以客户喜爱的方式进行推销，尽管客户的种类不同，个性也不相同，要求也会各异。但建立和谐、亲密的关系并不难，只要你们有一次接洽，看他做过一件事，动脑筋想一想，就会知道应该如何同他们交往，如何敲定业务。

第一讲 分析业务伙伴

每个推销员都会面对各种不同的客户，这正是锻炼你学习处理人际关系的技巧的机会。虽然以下的一些内容不能使你成为心理学家，不过可以使你适应不同的客户，提升你的推销能力。

- 一、你必须知道的 10 个心理学原则 /84
- 二、4 种人格个性 /85
- 三、人际风格的 10 个象征 /86
- 四、根据不同的对象准备不同的简报 /88
- 五、所有客户都怕的 7 件事 /90
- 六、大多数客户对你的 11 项负面假设 /91
- 七、让客户不能伤害你的 7 个方法 /92
- 八、探知客户预算的 10 个步骤 /93
- 九、了解客户的情况 /95
- 十、关于对方决策程序的有关问题 /96
- 十一、典型案例 /97

第二讲 建立亲密、和谐的关系

达特涅研究中心发现，客户在准备购买产品之前，10 名推销员中有 9 名已经把该讲的话都讲完了。其中一个原因就是这些推销员没有花时间去建立与客户亲密、和谐的关系。前面我们已经讲解了，如何分析与了解你的客户，接下来要告诉你的就是如何利用这些知识与客户建立亲密的关系，以及建立个人之间和谐认同的关系。每个人都喜欢跟他们觉得有好感以及有认同感的人买东西，利用本节的知识与客户建立感情之后，他们就会很愿意跟你合作。

-
- 一、事前约定有助于你与客户建立关系的 11 个理由 /99
 - 二、以声音提升推销效果的方法 /101
 - 三、透过肢体语言提升业务绩效的方法 /103
 - 四、让对方保持自尊的 14 句话 /105
 - 五、与支配型人洽谈的 10 点建议 /105
 - 六、与影响型人洽谈的 8 点建议 /107
 - 七、与稳定型人洽谈的 6 点建议 /108
 - 八、与顺从型人洽谈的 8 点建议 /109
 - 九、与视觉型客户洽谈的方法 /110
 - 十、与听觉型客户洽谈的方法 /112
 - 十一、与感觉型客户洽谈的方法 /113
 - 十二、典型案例 /115

第四课 理解对方是成交的基础

一个客户如果只愿投资 2 万元来经销你的产品，你非要他投资 10 万元来经销你的产品，这基本上是不可能的，你硬是说服他做经销商，即使成功了，也会给日后的合作留下“硬伤”。“理解对方”就是根据对方的实际情况，自己在业务经营上作适当的变通，以满足对方的需要。而“成交的基础”就是在诚信的基础上讲究推销的策略与技巧，保证成交。如果一个客户能投 100 万做更高档次的经销业务，你只签订了 20 万元以代理合同，这也是不成功的推销。所以说理解对方是成交的基础，理解客户、了解客户比推销本身更重要。

第一讲 了解客户面临的问题

客户觉得你就像是一名“医生”，可以减轻或是治疗他们的痛苦，这些痛苦即客户所面临的问题就是妨碍他们迈向成功的障碍。这时他们对你有信心，于是成为你的客户。为了显现你的产品或服务如何除去他们的障碍，你必须知道这些障碍是什么。你要有敏锐的耳朵，听到客户的话，你就可以感知他们的痛苦。一旦你与客户都知道痛苦的性质与根源，这样就可以一起找出解决的方法，也就是你的产品和服务。本讲就是让你有敏锐的耳朵，可以听出客户的痛苦，并且找到正确的药方。

-
- 一、询问是最有力的洽谈工具 /118
 - 二、询问的 8 种形式以及询问的时机 /119
 - 三、注意培养聆听他人讲话的习惯 /120
 - 四、你的产品或服务可能减少的痛苦 /123
 - 五、探寻痛苦的询问方法 /124
 - 六、理清客户状况的 19 个反问问题 /125
 - 七、让你掌控情势的装傻反问法 /128
 - 八、在洽谈时保持第三者身份的 9 个方法 /129
 - 九、客户会购买的 14 种无形价值 /131
 - 十、典型案例 /132

第二讲 敲定业务有妙招

业务的本质就是促使对方选择与你合作，但是不要让他感觉有压力及被人操控的感觉。你仅仅记住推销的台词，提供产品资料给对方，或是每天打电话去烦对方，这样并不能达成合作的目的。相反，不露痕迹的洽谈是利用询问、反问与提供协助的简报，引导对方做出最后的决定：签下合约。本讲所提到的方法，不仅有效，还可以消除你的许多压力。

- 一、欲擒故纵 13 招 /136
- 二、建立产品知识的 16 个困难问题 /139
- 三、传达产品知识的 8 个方法 /140
- 四、解释专有名词的 7 个要诀 /141
- 五、计划书出奇制胜的要诀 /142
- 六、客户要求不合理的交货期限或价格时，你应从容应对 /144
- 七、应对盛气凌人的客户时，提出的 11 个问题 /145
- 八、双赢谈判的 14 个策略 /146
- 九、准确掌握拒绝客户的 8 个时机 /148
- 十、典型案例 /149

第五课 守住老客户才有新客户

开发一个新客户的成本，约为留住一个老客户的 5 倍，而一个老客户价值是新客户的 3 倍。因为每一个老客户的背后，至少有 5 个潜在的客户。如果一个产品留不住老客户，这一定是产品本身有问题，而决非客户的问题，如果非要在市场上推销一个不成熟的产品，哪怕跑断推销员的腿，也不会有什么巨大的利益可言，对厂家、推销员、客户都是如此。

第一讲 售后管理

有经验的推销员都知道，签完合约不是业务的结束，而是业务的开始。从客户决定合作开始，你就必须尽力做到你所答应的事情。最好是让客户觉得，你做得有过之而无不及，这样你就会赢得口碑与活招牌，他就会帮你推荐新客户，你的奖金也就会越来越多。

- 一、了解上次约谈成果的 20 个问题 /154
- 二、为客户提升附加价值的 6 个方法 /155
- 三、客户对产品或服务的 5 点期望 /156
- 四、避免大客户被抢走的 15 个要点 /156
- 五、客户服务的有关愿望 /158
- 六、让你做好客户服务工作 18 个问题 /159
- 七、卓越的客户服务的 10 个原则 /161
- 八、让客户满意的调查步骤 /162
- 九、亲切招呼客户的 17 种情况 /164
- 十、避免客户反悔的 9 项策略 /166
- 十一、客户觉得被欺骗时，安抚他的 11 种方法 /167
- 十二、抓住客户的 12 个策略 /170
- 十三、确定不会失去优质客户的 6 个步骤 /171
- 十四、典型案例 /173

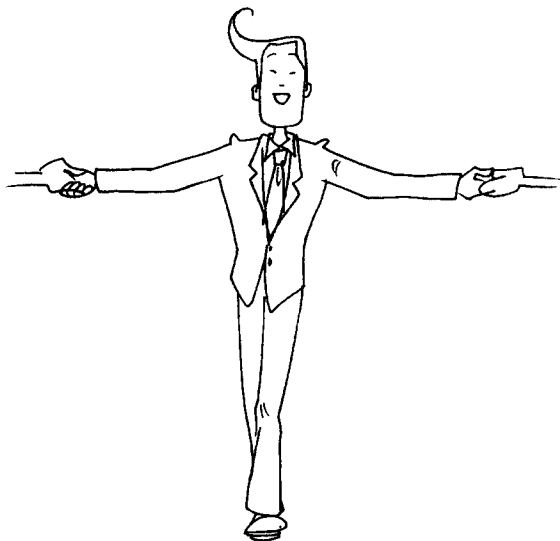
第二讲 完全细节成交法

前面的内容，重点是放在从事业务工作之前的准备事项，包括生理、心理、情绪、专业以及精神等各方面。接着是业务过程的各项技巧，包括寻找客户商谈、跟他们讨论、了解他们的痛苦，提出你的解决方法，保证他们可以获得应有的服务与支援。在这一讲里，我们再回到个人在推销上的需求条件：如何面对全球化的市场。遵照本讲的建议，你就可以化危机为机会，创造最好的业绩。

- 一、一流推销员所需具备的 10 个特性 /175
- 二、在改变中更具有弹性的 9 个方法 /176
- 三、善用信息技术的 15 个方法 /178
- 四、使用投影软件的 11 项秘诀 /180
- 五、在网络上销售的 18 个诀窍 /181
- 六、发送电子邮件的 11 个原则 /183
- 七、团队业务成功的秘诀 /185
- 八、跨文化销售的 13 个规则 /187
- 九、通过翻译推销的 9 个诀窍 /189
- 十、提升客户占有率的 10 个方法 /190
- 十一、领导业务团队的 14 个领域 /191
- 十二、制定推销员奖金制度的 9 条原则 /193
- 十三、公司被并购时，你应该有的 10 个心理准备 /195
- 十四、避免引起法律纠纷的 10 个对策 /196
- 十五、典型案例 /197

第一课 推销员的必备知识

职业推销是一个成功机会很多，也最富有挑战性的事业。它对从业人员的综合素质有着很高的要求，专业知识仅仅是起着辅助的作用。传销人员因为不择手段，可以将石头当金子卖出去，而优秀的推销员由于对推销业务的烂熟于心，即使是很清淡的市场，在一个完全陌生的城市里，也能立马找到能够接受自己条件的客户，把业务开展起来。没有推销不出去的产品，只有这个产品值不值得你去推销。



第一讲 为成功做好准备

房子如果没有良好的地基，就禁不住狂风暴雨的袭击，就会很快倒塌。同样，业务工作也要有良好的基础。这个基础是由各种价值观组成的，能反映出你的经营能力和发展前景。这些价值观的形成能帮助你度过人生与工作上的风风雨雨。在这一讲，你将学习如何建立工作基础，吸取经验，弥补缺点。

一、推销生涯的11个优点

现今，成为一个成功的推销员，是每一位推销员都梦寐以求的。不幸的是，许多推销员走起路来垂头丧气，一副抑郁寡欢的样子。他们是在推销“同情心”，不是在推销“解决办法”。如果说的正是你的写照，你可要重新端正自己的心态，要抬头挺胸，以做推销员为荣，因为推销员真的是一个很棒的职业，做业务的许多优点是其他职业所没有的。

1. 业务解决问题也实现需求

你所推销的东西，不是可以解决问题，就是可以带来欢乐。顾客因为你所推销的东西使他们有更好的解决问题的方法、可以赚更多的钱、提供给他们人更好的服务、提升自信心、增进知识或是实现内心的渴望。你的工作协助他人得到生活中想要的东西。

2. 你的努力与创造力能开发你的潜能

做业务是最典型的以绩效计酬的工作，这也是许多精力充沛的人喜欢做业务工作的原因，因为成就与报酬是没有上限的。

3. 做业务有机会与他人一起工作

别人总是带给你烦恼，不是吗？他们害得你头痛、心痛、胃痛，的确如此。但是他们也带给你乐趣、刺激、挑战。推销员每次外出工作，就会得到这种令人欣喜的挑战。

4. 做业务可能是最单纯的授权

在做业务时，有问题必须当场解决。客户的大小问题都会找你解决。你

公司的其他人还在为授权问题讨论不休的时候，你已经得到充分的授权。

5. 做业务带来心理上的高度刺激

如果你站在工厂外，观察工人下班之后的表情，你会看到“胜利的喜悦”或“失败的苦恼”吗？当你在达成一笔重要交易、开发一个新客户或是为目前的客户解决问题之后，你将看到的是“胜利的喜悦”。

6. 做业务使你每天增添动力

运动员每次进入运动场，都在证明自己一次比一次更强。做推销员也是让你有这种展现自己的能力机会。

7. 做业务让你的绩效立即得到回馈

没错，从客户的反应中，你就知道你的表现如何。你可以利用这些回馈不断改进，每一次介绍自己与你的产品时，都可以强化你的技巧。

8. 做业务带来效益

你协助顾客决定购买公司的产品，公司才有可能赚钱。只要你能创造业绩，就不必担心饭碗不保。

9. 做业务是顾客与公司的直接联系渠道

推销员是观察市场趋势最好的职位。顾客会告诉你，产品有什么优缺点，什么地方应该改进，什么地方应该保留。你可以听到他们的痛苦与不满，你也可以听到他们的快乐与渴望。你是公司的耳目，你传达的意见，正是公司的未来。

10. 做业务是升迁的渠道

在大多数公司里，业务部是最引人注目的部门。如果你成功，公司里的每个人以及竞争对手都会知道。你的推销业绩越好，升迁的机会就越大。

11. 做业务可以为其他工作机会做准备

做业务所获得的在职训练是其他工作所无法比拟的。你必须能说会道、通晓人情世故、善于规划与谈判，能够领导人也能够跟随领导，再加上业务与财务规划都很熟练，你才可能取得业务上的成功。

二、建立专业形象的要诀

推销员和顾客接触时，顾客第一眼看的就是推销员的外表是否整洁、着装搭配是否得体、感觉是否良好、是否老实、是否可靠有信用……他们根据这些所谓的“第一印象”，再决定要不要听推销员讲话。如果一开始就看不顺眼，就一定不愿意跟这名推销员交谈。即使勉强听，不好的第一印象也会使结果大打折扣！因此，男性推销员对于着装应该多加注意。