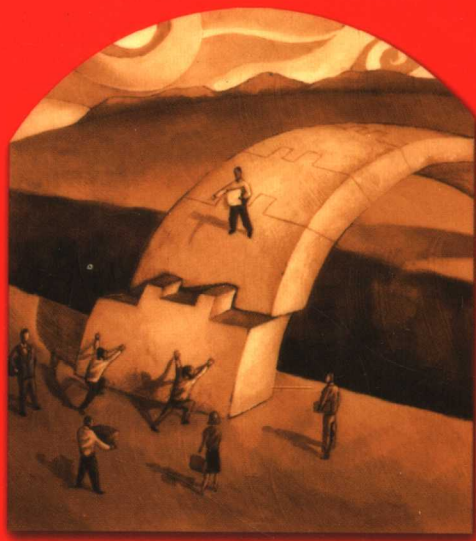


说 行 销 故 事 ， 让 行 销 神 乎 其 神

欧阳风 编著

说故事的^的 营销力量



最绝妙的故事，连营销大师都赞不绝口！

如何在激烈的竞争中卖出更多的产品？本书故事中的经验法则告诉你，
Top Sales必备的营销知识，教你如何创造客户需求、掳获消费者的心，
早一步攻占市场，冲出长红好业绩！



中国城市出版社

F713.3-49

2

说故事的^的 营销力量

欧阳风 编著

中国城市出版社

·北京·

北京版权局著作权合同登记

图字：01-2007-1947

图书在版编目 (CIP) 数据

说故事的行销力量 / 欧阳风编著. —北京: 中国城市出版社, 2008.3

ISBN 978-7-5074-1969-6

I. 说… II. 欧… III. 销售学-通俗读物 IV. F713.3-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第031559号

本著作之中文简体字版权经华文网股份有限公司授权出版发行
中文简体字版专有出版权: © 2008 中国城市出版社

策 划	王 立
责 任 编 辑	王月芳 唐 浒
封 面 设 计	蒋宏工作室
责任技术编辑	张建军 阮中强 杨冬梅
出 版 发 行	中国城市出版社
地 址	北京市海淀区太平路甲40号 (邮编100039)
网 址	www.citypress.cn
电 话	(010) 63275378 (营销策划中心)
传 真	(010) 63489791 (营销策划中心)
总 编 室 信 箱	citypress@sina.com 电话: (010) 52732057
投 稿 信 箱	world66@263.net (营销策划中心)
经 销	新华书店
印 刷	北京谊兴印刷有限公司
字 数	150千字 印张15.5
开 本	787×1092 (毫米) 1/16
版 次	2008年4月第1版
印 次	2008年4月第1次印刷
定 价	29.80元

版权所有, 盗版必究。举报电话: (010)52732057

1 个人品质决定销售业绩

做个不一样的业务员，才是赢得业绩、留住客户的不二法门。但如何做个不一样的业务员？除了保有自己独特的气质之外，更要修养自我的品格，做到不违背良心，让客户信赖你、尊重你，甚至和客户变成一辈子的朋友，这样客户不只是朋友，更会成为你的下游推销员！

1. 别小看外表的加分作用 2
2. 用心去敲门 3
3. 想尽办法让客户看见你 5
4. 让客户信任你 6
5. 推销的根本是在推销自己 7
6. 热诚但不卑微 8
7. 坚信自己办得到 10
8. 不轻易放弃每一次的交易 11
9. 可贵的勇气 13
10. 别让“不可能”限制住了 14
11. 行销要懂得不拘常规 15
12. 以目标激励自己 17
13. 重视信誉 19
14. 眼光要看得远 20
15. 敢于寻求商机 22
16. 随时收集新讯息 23
17. 不怕难，只管做 24
18. 宝石猫眼和金猫身 25
19. 开发出新的市场 27
20. 做好一切准备工作 29
21. “发现”就是成功之门 30

行 销

- 一、后天训练是与生俱来的补给品 31
- 二、打破产品卖不出去的成见 32
- 三、“笑脸”是融化冰山的火把 33
- 四、“诚实”是推销的根本 34
- 五、“压力”是进步的原动力 35
- 六、“坚持”是业绩的推手 36
- 七、“不逃避”是成功的引荐者 37
- 八、设定路线逐户拜访 39
- 九、做好拜访前的准备工作 40
- 十、如何成为业绩第一的推销员 41
- 十一、业务员必须具备的专业特质 43

2

与客户轻松有效地沟通

“会说话的人，同时也是会聆听的人”，这是千古不变的定律，在销售活动中，让客户发言，可以从说话中窥探出客户的想法和关心的事情；如果只是自己一味地滔滔不绝，完全没有让对方表达意见的话，对方会越听越烦，最终会说“谢谢！再联络！”下次你就根本没有机会能再跟他说得上的话。

- 1. 随机应变的说话术 48
- 2. 善用赞美 49
- 3. 用数字说服人 50

4. 顺着客户的喜好	51
5. 挖掘客户的潜在购买欲	53
6. 找对可能购买的人	54
7. 为你的客户建立信心	55
8. 让客户心服口服	56
9. 善于说“不”	57
10. 找出客户看不到的优点	58
11. 诚实才是最好的卖点	59
12. 了解客户想要的	60
13. 激发消费的欲望	61
14. 沉得住气的效果	63
15. 适时沉默	64

行 销

一、谈论兴趣法	66
二、第一句话攻略法	67
三、明朗有力说话法	69
四、善辩不如善听	70
五、幽默的加分作用	72
六、沟通交谈策略法	73
七、随机应变的好口才	75
八、弹性沟通法	76
九、技巧说“不”法	79
十、从拒绝中找卖点	80
十一、巧妙收场法	82

3 应用最佳的推销技巧

不论你是销售产品给消费者或其他公司，不管是网络投资企业，或是旧经济的巨擘，无论是贩卖产品或是服务，甚至是两者兼卖，只要能将新行销绝招应用到你的事业上，几个月或者几年内就能为你带来可观的报酬。对大多数的行销人员而言，如果能够精准地预测每一个准客户及其往后会购买的商品，就能针对不同的客户采取不同的销售手法。善用推销技巧具有画龙点睛的功效，但绝不能违背良心，如此不仅能成为公司的超级业务员，更能为自己省下不少的销售成本。

1. 卸下客户的心防..... 84
2. 爱心感动法..... 85
3. 锁定你的目标..... 86
4. 善用价格战..... 87
5. 广告效益要精准到位..... 89
6. 借政扬名：随时把握机会曝光..... 90
7. 微笑为你赢得商机..... 92
8. 善用你的潜在客户..... 93
9. 善用价格差异的对比效果..... 95
10. 聚集经济的行销效益..... 96
11. 巧妙利用对比的视觉误差..... 97
12. “以二择一”促销法..... 98
13. 吃不到的才是最好的..... 99
14. 消费心理的妙用..... 100
15. 行销要能出奇制胜..... 102
16. 紧跟时代潮流..... 103
17. 了解你想占领的市场..... 104
18. 欲擒故纵..... 106
19. 情感效应..... 108
20. 善于发现产品的价值..... 109

行 销

- 一、用心认识更多的人…………… 110
- 二、不屈不挠突破客户的门户…………… 111
- 三、用心增加访问量，提高成交率…………… 112
- 四、抓紧顾客“心动”的时机…………… 113
- 五、当场购买成交法…………… 114
- 六、传统营销成交法…………… 115
- 七、团队力量成交法…………… 117
- 八、参与销售成交法…………… 118
- 九、宠物成交法…………… 119
- 十、促销成交法…………… 121
- 十一、网络搜寻成交法…………… 122

4

激起消费者的需求

不论从事什么行业，经营什么生意，你一生的成败大都依赖本身的行销能力，给人们留下深刻印象的总是能获得胜利。要做到

这一点，就需要你动用小智慧，而最简单最直接的办法就是——广告。

广告宣传对于生意到底有多大的影响？听听一位美国记者的见解：“如果给我足够的经费，我就能将一块砖头以金条的价钱售出。”夸张归夸张，但广告的力量却可见一斑，广告有可能让你的生意起死回生。

- 1. 激发客户的好奇心…………… 126
- 2. 想办法鼓励消费…………… 127
- 3. 打破旧思维的束缚…………… 128

4. 找出自己商品的卖点	129
5. 在定位市场里销售	130
6. 迎合客户需求	131
7. 根据客户需求, 决定技术方向	134
8. 确立消费群体, 树立全新品牌形象	136
9. 新奇的创意, 带来满意的效果	138
10. 洞悉商品的卖点	139
11. 视对象行销	140
12. 以新奇的创意争取主动	141
13. 行销就是要敢于与众不同	143
14. 制造需求成交法	144

行销

一、发觉客户的需求	147
二、找出产品的正确定位	147
三、不卖产品而卖“梦”	148
四、使客户拥有期待与希望	149
五、在众多资讯中寻找机会	150
六、开发名牌效应	151
七、产品要广而告之	154
八、广告要有创意	156
九、广告文宣标语引商机	158
十、别出心裁的广告	159
十一、接近消费者的生活化广告	161
十二、掌握客户的真正需求	163
十三、品牌塑造的盲点	165

5 用心经营来吸纳客户

如果现在的你还年轻，在商场上打滚的时间仍不够长，那么你就更需要建立稳固而广泛的人际关系网。也许你没有好的家世，但无须为此灰心，要有好人缘，编织属于自己的关系网并不难，你可以经常主动联系朋友、创造机会认识想结交的人、不轻易得罪别人、提升人缘层次、结交优秀的人……一旦你的关系网建立了，就会发现这是一张不同寻常的网。

1. 拉近与客户的距离 170
2. 用真心去“交陪” 171
3. 随时现出你的关心 172
4. 与客户成为朋友 173
5. 从客户的爱好下手 174
6. 吸引客户的注意力 175
7. 商品应给客户带来新鲜感 176
8. 让客户爱上你的产品 177
9. 利用“广告”，吸引众人目光 178
10. 以新奇取胜 179
11. 善用客户“好尝鲜”的心理 181
12. 吸引客户的注意力 182
13. 施点小惠的妙用 183
14. 突显产品独特的卖点 185

行 销

- 一、“热诚”是吸引客户的最佳方法 187
- 二、广布资讯网络..... 188
- 三、顺利完成拜访前的电话联系..... 189
- 四、接触的成功与否，决定你的胜败..... 190
- 五、用心经营各层级的人脉关系..... 191
- 六、用心建立人际关系..... 192
- 七、巧用婚丧喜庆的机会..... 193
- 八、用心让老人家成为你的强力助手..... 194
- 九、用心了解客户的喜好..... 195
- 十、知己知彼：用心洞悉客户心理..... 196
- 十一、制造人情小礼物..... 197
- 十二、用心说感谢..... 199
- 十三、用心做到邻居都说好..... 201

6

永远以客户为焦点

顾客心理学是一门高深的学问，顾客满意学更加值得深入探讨，而要如何掌握，使之为你的产品疯狂，那就要看你有没有用心去对待顾客。行销可爱之处在于，有幸与许多人接触。即使这次谈不成的生意，不代表日后永远绝望，得体的应对必能留下好的印象，为下次的洽谈铺路。既成的客户更该真心经营，客户不只是客户，更可以是朋友。更重要的是，他们会乐意且积极地为好朋友提供销售机会的，借由他们的引见，可以为你扩大客源，是最实在、最不费力且最有胜算的销售方式。

1. 多为客户着想	204
2. 了解客户的需求	205
3. 做个贴心的推销员	207
4. “先试用” 行销方式	208
5. 注意每一个细节	210
6. 充分了解客户需求，客户满意才是王道	212
7. 营造轻松愉快的购物气氛	212
8. 顾客至上，微笑服务	213
9. 重视消费者内心的心声	215
10. 顾客第一，高标准服务	216
11. 倾听客户心声，满足客户需求	218
12. 行销需要灵活巧变	219
13. 客户口耳相传的力量	220
14. 别因小失大	221

行 销

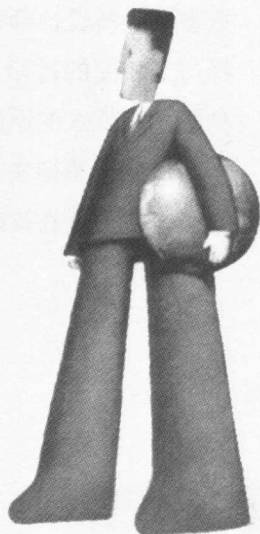
一、“售后服务” 乃无声的推销员	223
二、服务第一，顾客至上	224
三、热情但不能过度	226
四、巧用与众不同的赞美	227
五、赢得客户的心	228
六、让生意曲径通幽	230
七、让客户从你的服务中获得快乐	231
八、想客户所想，急客户所急	233
九、抱怨的妥善处理	235

Wonderful marketing
in simple stories.

Chapter 1

个人品质决定销售业绩

做个不一样的业务员,才是赢得业绩、留住客户的不二法门。但如何做个不一样的业务员?除了保有自己独特的的气质之外,更要相处养自我的品格,做到不违背良心,让客户信赖你、尊重你,甚至和客户变成一辈子的朋友,这样客户不只是朋友,更会成为你的下游推销员!



1. 别小看外表的加分作用

班·费德文是美国保险界的传奇人物，被誉为“世界上最有创意的推销员”。但他刚进入保险业时，穿着打扮非常不得体，业绩奇差，公司方面正有意要辞退他。

费德文因此非常着急，就向公司里的一位成功推销员讨教。那位推销高手对他说：“这是因为你的头发理得根本不像推销员，衣服的搭配也极不协调，看上去非常土气！你一定要记住，要有好的业绩，先要把自己打扮成一位优秀推销员的样子。”

“你知道我根本没钱打扮！”费德文沮丧地说。

“但你要清楚，外表是会帮你加分、帮你赚钱的。我建议你去找一位专营男装的老板，他会告诉你如何打扮才适宜。你这么做，既省时又省钱，何乐而不为？这样更容易赢得别人的信任，赚钱也就更得心应手了。”那位推销高手诚挚地说。

费德文于是马上去理了理发店，要求发型设计师帮他设计一个干净整齐的发型，然后又去了同事所说的男装店，请服装设计师帮他设计一下造型。服装设计师非常认真地教费德文打领带，又帮他挑西服，以及选择与之相配的衬衫、袜子、领带等等。他每挑一样，就解说为何挑选这种颜色、款式的原因，还特别送给费德文一本如何穿着打扮的书。

从此，费德文像变了一个人似的，他的穿着打扮有了专业推销员的样子，使得他在推销保险时更具自信，而他的业绩也因此增加了两倍。

推销基本功

人与人相处,有时给人的第一印象往往有着决定性的作用。同样地,在推销过程中,给客户的第一印象也有着重要的影响力。各行各业的推销人员,其衣着打扮、一言一行,乃至于一举一动,往往都会影响到日后与客户之间的互动和营销的成功与否。因此,合宜的装扮与言之有物的谈吐,所营造出来的,就是属于你自己的气质,也就是给人的第一印象,不可不慎。在此需注意的是,所谓的“注重外表”,不是盲目追求流行,惟有找到适合自己的装扮,才能有效地为自己加分。否则,恐有东施效颦之嫌,甚至让人看了大打折扣而不自知,既然失了面子(外表),也就用不着再讲里子(推销内容)。

2. 用心去敲门

某校电机系毕业的小马,到深圳后,就兴冲冲地带着履历去参加求职招聘会。整个会场人潮众多,只有沃尔玛公司的摊位前冷冷清清,与会场的气氛形成了鲜明的对比。

小马感到非常好奇,于是走过去瞧瞧,看到沃尔玛招聘启事上的内容,着实吓了一跳。

对方要诚聘 20 名业务代表,指定要名校毕业,而且还要有三年以上从事零售业的工作经验。条件这么苛刻,难怪没人敢贸然应聘。

小马暗自打量自己一番,虽然没有一条件符合,但是沃尔玛业务代表的工作对他却很具吸引力。他索性心一横,决定试它一试,心想,若不成功就当做一次练习的机会。

小马走到应聘席前坐下,那位中年主管看了他一眼,面无表情地指

了指招聘启事：“看过了吗？”

他点点头说：“看过了，不过很遗憾，我既非名校毕业，也未从事过零售工作，只有大学毕业，还是电机系。”

那位主管看了他好半天，才说：“那你怎么还敢来此应聘？”小马微笑着说：“我敢来应聘，是因为我喜欢这份工作，而且相信自己有能力胜任这份工作。”接着又说：“如果求职者真要具备以上所有条件，那他肯定不会是来应聘业务代表，至少是要应聘业务主管。”

说完，小马就把自己的履历递过去，那位主管也没有拒绝，微笑着收下了。

出乎意料的是，第二天小马就接到了录取通知书。后来他才知道，那些苛刻的聘人条件只不过是公司故意设置的门槛。当他和主管谈完话后，就已经通过了公司的两项测试：“勇于挑战成规的信心和勇气”以及“分析问题的能力”。

小马进了公司之后，凭着自己认真学习及努力上进的心，还有他最重要的特质——勇于挑战的精神，不到三个月，他就成了公司销售业绩第一的业务员，并且获得了主管的肯定与同事们的敬佩。

行销基本功

身作为一名业务代表，几乎每天的工作内容，都要与形形色色的商家打交道。如果在招聘会上，小马没有信心去敲沃尔玛公司的门，又岂能有勇气去敲一个个商家的大门？有时候，阻碍我们向前行的，既不是实力的欠缺，也不是那些所谓的条件规定，而是我们自己的信心。当我们对自己有信心时，任何规定就不是规定，任何限制也就不再是限制，这是因为你积极向上的心，是无法被桎梏的。在此要注意的是，信心可不等于自大、自傲，勇气也不等于狂妄。面对形形色色的客户，你只需大胆将自己的优点突显出来，而不足之处，则可以高度的热忱与认真来补足，相信，条条大路皆可通罗马，没有谈不成的生意。

9. 想尽办法让客户看见你

霍普金斯在做房地产销售工作时，每付一次账单都曾附上一张自己的名片。他无时无刻都在做着“推销自己”的工作。有一天，一位女士打电话给他：“先生，你不认识我，但我丈夫和我想换一间大一点的房子，我们想跟你谈谈这件事。”

“您怎么知道我从事房地产销售工作呢？”

“我是在处理你付给燃气公司的费用时发现的。”

她接着说：“在我的办公桌上，大概有两打你的名片。起初，我并没留意。但是，我每次接到你的缴费单时，都可以看到你的名片，我想，不管你的用意是什么，你都是个用心的人，所以找你应该没问题。”

霍普金斯和这对夫妻经过几次的讨论与实际看房后，终于买下了一