

The Selling Edge-Tactics for Winning a Sale Every Time

招 高 售 銷

香港
忠鈴企業有限公司
沈為民董事長贈

派屈克・佛西斯 著
李心 譯

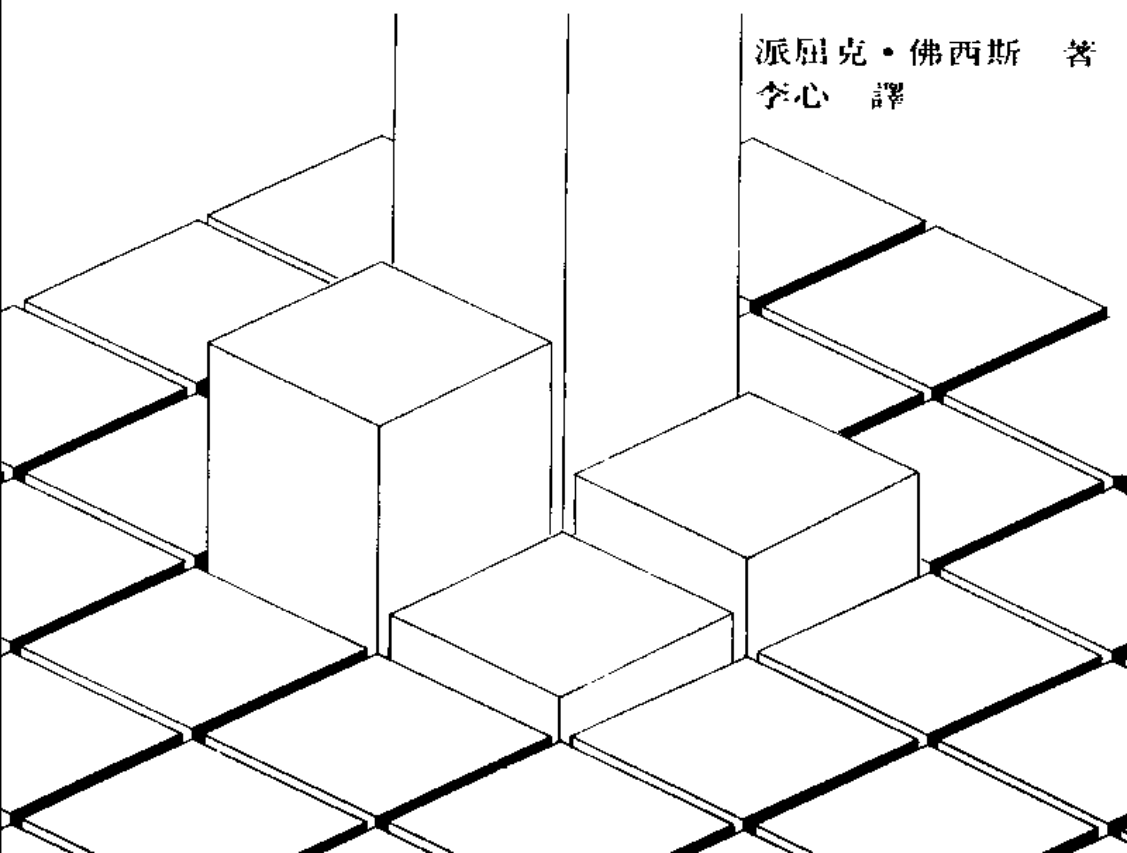
F7
F3

F 713.13
F 361
經營行銷 9

招 高 售 銷

香 港

派屈克・佛西斯 著
李心 譯





A0780061

國立中央圖書館出版品預行編目資料

銷售高招／派屈克·佛西斯 (Patrick Forsyth) 著；李心譯。--初版。--臺北市：允晨文化出版；臺北縣三重市：黎銘總經理，民82

面：公分。--(經營行銷；9)

譯自：The selling edge: tactics for winning a sale every time

ISBN 957-8983-09-3 (平裝)

1.銷售

• 496.5

82007192

F713.3
F36D

銷售高招

作者：派屈克·佛西斯

法律顧問：蔡欽源、邱賢德律師

譯者：李心

登記證：行政院新聞局局版臺字第2523號

發行人：丁元春

電腦排版：上統電腦排版事業有限公司

主編：呂美女

製版：欣佑彩色製版印刷股份有限公司

副主編：李怡慧

印刷：久裕印刷事業有限公司

執行編輯：楊家興

裝訂：永裕印刷廠

出版：允晨文化實業股份有限公司

總經理：黎銘圖書有限公司

地址：台北市南京東路三段21號6樓

地址：台北縣三重市大智街139號

服務電話：(02)507-2606(代表號)

電話：(02)981-8089(代表號)

傳真電話：(02)507-4260

傳真：(02)981-3049

劃撥帳號：0554566-1

初版日期：中華民國八十二年十月三十日

版權所有，翻印必究

定價：新台幣180元

原著書名：The Selling Edge—Tactics for Winning a Sale Every Time
by Patrick Forsyth

Copyright ©1992 Patrick Forsyth

©1993 Chinese translation copyright by Asian Culture Company

Published by arrangement with Judy Piatkus (Publishers) LTD. in association with Bardon—Chinese Media Agency

All Rights Reserved.

ISBN : 957-8983-09-3

(原版ISBN : 0-7499-1142-5)

允晨文化
經營行銷系列



①女主管的自我催生

官如玉 譯 定價 160 元

②女主管的自我養成

官如玉 譯 定價 160 元

③女主管的自我超越

官如玉 譯 定價 170 元

④愛與淚的推銷故事

雷吉甫 譯 定價 180 元

⑤決策力

羅耀宗 譯 定價 180 元

⑥商談力

吳國禎 譯 定價 180 元

⑦圓融的溝通

顏斯華 譯 定價 180 元

⑧成功生命的第一天

陳秋發 譯 定價 160 元

⑨銷售高招

李 心 譯 定價 180 元

訂購辦法：

- 向全省各大書局選購
- 利用郵政劃撥
(郵撥帳號 0554566-1 戶名：
允晨文化實業股份有限公司)
- 親洽台北市南京東路 3 段 21 號
6F 門市購買

內容簡介：

在競爭激烈的商場上，銷售是個充滿動力與變數的行業與過程；不論是市場的結構，抑是客戶的態度，都是瞬息萬變，因此銷售人員必須針對各種變化，發展並擬定新的銷售策略，才能在高手如雲的商戰中脫穎而出。

作者根據多年的工作經驗與觀察心得，深入剖析銷售過程與影響成敗的關鍵要素及其因應之道。全書文筆簡潔，流暢易讀，從第一次接觸到面對面會談，從提報企劃書到後續的聯繫工作，在作者的生花妙筆下，讀者將有更深一層的領悟與體會。

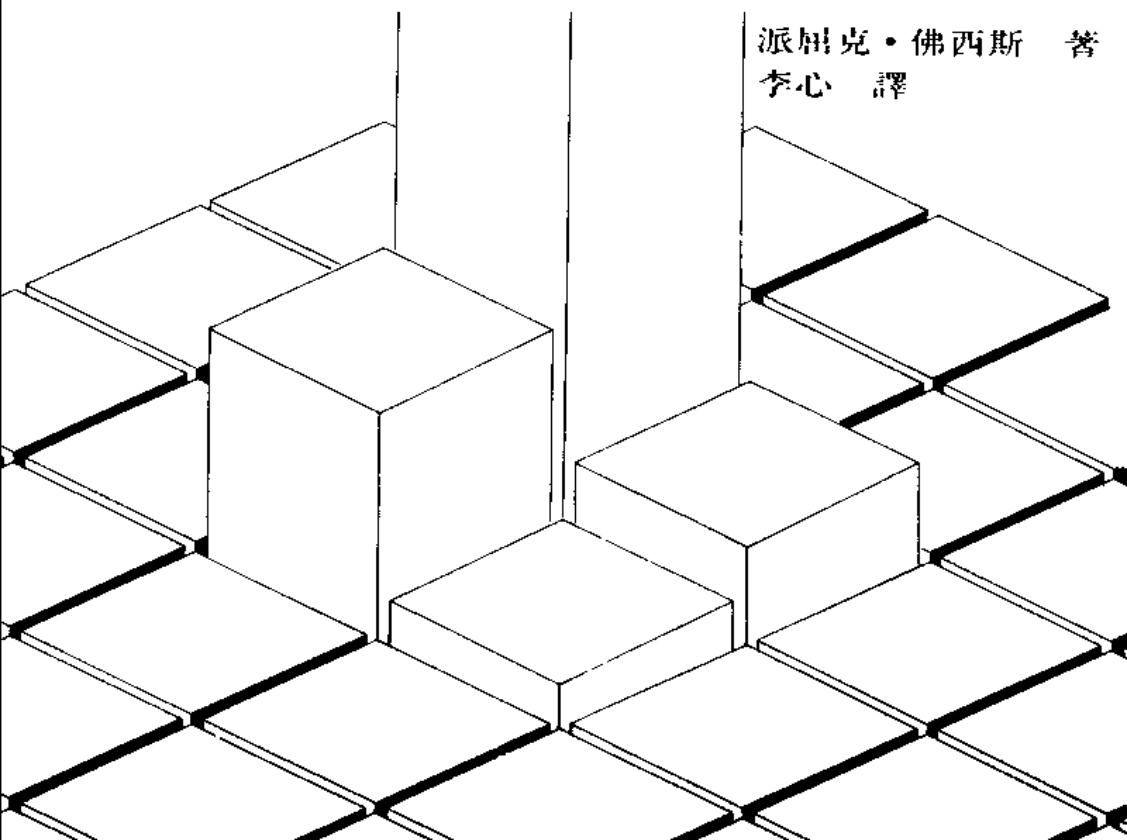
F 713.3
F 361

經營行銷 9

招 高 售 銷

香 港

派屈克・佛西斯 著
李心 譯



作者序

不是成功，就是失敗

一剎那間的領悟可能抵得上一生的經歷。

奧立佛·溫代爾·何姆 (Oliver Wendell Holmes)

我踏入社會的第一份工作就是在出版界。不過爲了賺足夠的錢來買第一幢房子，我最後卻不得不離開出版界。因此今天寫書的部分緣由也可以說是爲報「昔日之恥」。話說回來，當年那段時光倒是非常有趣的，而出版業也是個既獨特又吸引人的行業，因此即使在離開之後，我一直都與它保持密切的聯繫。此外，另一層重要的意義是，經由出版，我踏入了銷售業。

生平第一次的銷售經驗是發生在倫敦皮卡迪里街附近的一家小書店裡。這家小店現在早已不復存在，而那也是我所得到的第一張訂單。如今回想起來，我之所以會得到那張訂單，多半得歸功於閱讀推銷的書籍，而不是我當時僅有一點推銷技

巧。在那個時候，還談不上什麼職前訓練，所有的只不過是一些最基本的「產品介紹」，幾張即將出版的書籍封面打樣，和老闆「開銷不要超出預算」的警告。在過去的年代裡，多數的行業都是如此走過的。

銷售絕非易事

隨著事業的拓展，我發現自己逐漸深入銷售業，同時對銷售的技巧也有了更進一步的認識。我的經歷，尤其是過去二十多年來的工作多半與銷售、市場諮詢及銷售人才的培訓有關。我曾在許多不同行業及不同國家參與過各種銷售工作，得到許多寶貴的經驗及實際協助作業的機會。

銷售絕不是容易事，尤其是在今天競爭如此激烈的商業環境中，更是難上加難。這一點無疑是所有銷售業同仁的共識。長久以來，與客戶保持良好的關係一向是銷售過程中相當重要的一環，在過去甚至被認為是銷售成功的唯一因素。然而推銷技巧畢竟仍是說服顧客所不可缺的要素。兩者（良好的客戶關係與具說服力的推銷技巧）交互應用，造就了許多銷售人員的成功。

客戶關係和推銷技巧在今日仍是不可或缺的推銷要素。不同的是，在競爭激烈的商場上，再好的產品與服務品質都不能保證成功。還是得需要其他方面的配合才

行。即使一切都進行得十分順利，一點小小的失誤也可能導致失敗。從另一個的角度來看，周密的規劃與準備則是銷售的致勝關鍵。因此，凡是能瞭解並適當運用基本推銷技巧的銷售人員，才能在競爭者中取得優勢，爭取到客戶。

銷售既無固定的程序可循，也不能任由其自然發展，只有那些肯花心思去研究策略的銷售員才能擁有優勢。以個人的經驗來說，所謂的「天生銷售員」實在是少之又少，幾乎可說是鳳毛麟角。那些看似輕鬆自在，勝任愉快的銷售人員，無一不是經過縝密準備與思考，並確實執行後，才有的傑出表現。

儘量避免犯錯。銷售的成敗關鍵可能僅發生在數秒之間，也可能只是長談中的幾句話，甚至只在一個字上。銷售個案不是成功就是失敗，沒有第三種可能，因此，每一個細節，每一個步驟都有不容忽視的重要性。

累積觀察與經驗

本書就是從這個觀點出發，來闡述並詳細分析整個銷售過程。書中除了論述一些基本的銷售技巧之外，更著重於介紹足以影響銷售成敗的關鍵要素。雖然本書著眼於企業對企業的銷售（不是直接賣給消費者的銷售），許多基本的原則與觀點仍可適用於一般情況。至於書中內容主要是針對銷售人員而寫，不過對負責銷售業務及

培訓銷售人才的主管來說，也是十分適用的。

這本書可稱得上是觀察與經驗的累積。我並不企圖訂定一個銷售規則，而是提供一個思考及應對的方向，以有效運用銷售技巧，增加成功的機會。書中所述的乃是現階段的最佳策略指引。

銷售成功的關鍵不僅在於銷售人員做了什麼或是怎麼做，更在於執行時的每一個步驟是否有助於推向成功之途。

附註：「銷售員」這個名詞似乎會造成一些爭議，有些人也許會覺得不太合適。本書所指的銷售員是公司的外務員或業務代表，而不是廣義的包括任何從事銷售的人。一位商店店員也是個銷售員，但是那種銷售型態並非本書所要闡述的。再者，在我們有其他更好的表達方式之前，我們只好暫時用「他」來代表男女雙方，其中並無任何藐視女性之意。

銷售高招

目錄

作者序

不是成功，就是失敗
III

前言

買主難纏
13

第一章

成敗之間
17

常犯的錯誤
18

致勝關鍵
21

第二章

第一次接觸
27

銷售成效
31

找對中間聯絡人 36

善用電話 46

第三章 妥善準備 55

準備工作的重要性 56

訂出目標 69

第四章 訪談的基礎 75

購買過程七階段 76

四種客戶類型 83

第五章 遊說客戶 89

開場白 90

產品介紹 105

處理異議 123

結束 131

第六章 白紙黑字總爲憑 143

信件 145

企劃書 149

正式簡報 160

第七章 鍥而不捨的聯繫 169

慎選對象 170

妥善利用時間 175

第八章 爭取大客戶 179

關鍵的少數 180

第九章

如何爭取大客戶 182

執簡馭繁 207

按部就班 208

自我調適 209

後記

挑戰未來 213

建立新的銷售模式 214

學習新技巧 219

