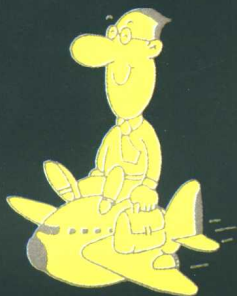


Turn Your Customers into Your Sales Force

别让传统的推销方式，将销售的热情燃烧殆尽。

如何成为 推销高手

顾客是从事推
转化顾客为自己的
的工作更活泼，更
以往的推销工作，
只是合作一次就互
又得重新开始，经
当没有效率。现在
产品，还要能让顾客与你站在同一阵线上，共同努力，一起
攻占市场。



销业务的最佳利器。
销售势力，能让你
有趣且更有效率。
销售员和顾客往往
不相干。待下一次
常重复这些程序相
不仅要顾客购买其

中国书籍出版社

如何成为 推销高手

罗斯·雷克/著 杨嘉玲/译

中国书籍出版社

“罗斯·R·雷克 1991 年版权

中文版取得简·迪斯特尔文化管理公司授权”

“Copyright 1991 by ROSS R. RECK Chinese Language edition
arranged with ROSS R. RECK., C/O JANE DYSTEL LITERARY MAN-
AGEMENT.”

图书在版编目(CIP)数据

如何成为推销高手/()雷克著;杨嘉玲译.-北京
:中国书籍出版社,1997.12
(经营管理系列丛书)
ISBN 7-5068-0686-X

I. 如… II. ①雷… ②杨… III. 推销-方法-通俗读物
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 19761 号

(京权)图字:01-97-2002 号

责任编辑 龚 关

封面设计 兆 德

*

中国书籍出版社出版发行

(北京市西城区西城线胡同甲 7 号 邮政编码:100031)

北京市王史山胶印厂印刷 全国新华书店经销

*

850 毫米×1168 毫米 32 开本 6 印张 100 千字

1997 年 12 月第 1 版 1997 年 12 月第 1 次印刷

*

印数:1-15000 册 定价:10.00 元

现在有一种新的推销方法？且让我们称它为“胜——胜”销售方法。致力于这种方法的销售员，必须抱有长远的眼光。这种方法，不仅要顾客买一次商品，而且还要让他们拥有继续购买的欲望，并告诉他们的亲朋好友。换句话说，具有“胜——胜”观念的销售员，不只需要订单，还需要掌握所有的销售事项。他们不但没有被拒绝的经验，而且还会有一些对商品满意的顾客自愿替他们推销。实际上，顾客才是真正的最佳销售利器。

这本书就是要告诉您，如何成为杰出的销售员，不管您的顾客是谁，这里的“胜——胜”销售方法，都能适用。即使交易不同，基本原则都是一样的，所以无论您是专业销售员、代理人、医生，或是最高行政官员，“胜——胜”销售原则都能满足您的需求。这套销售方法的报酬，简单地说：就是有事半功倍的效果，更重要的是，这将使您对自己更充满自信，今后做任何事，必将也是无往而不利的。如果你想了解“胜——胜”销售方法，请你细读本书。

使你成为真正的高手

如何成为人际高手 11.80 元

用诚意挥洒光和热，让自己左右逢源，旁人如沐春风。

如何成为管理高手 8.00 元

昨天是过期支票，明天是远期支票，今天才是掌握在手中的现金。

如何成为业务高手 11.80 元

没有销不出的产品，只有不会卖的业务员，如何动脑做个业务之王。

如何成为沟通高手 16.80 元

把握机会察言观色，掌握重点，三思而行，找出热点按钮。

如何成为经营高手 10.00 元

告诉您企业成功之道，以及如何改善管理问题使属下成为成功的资源。

如何成为销售高手 11.80 元

新的销售观念——业绩不单是靠体力，还要能掌握需求的转变。

如何成为领导高手 12.80 元

主管的失败并非无法精通数字，而是他们试图控制，操纵或忽视员工。

如何成为谈判高手 13.20 元

空有才华却缺乏谈判能力，宛如未经琢磨的宝石，永远无法闪出夺目之光。

如何成为创业高手 12.80 元

钱要用在刀口上，不要因为没现金，便把创业的理想抹杀了。

如何成为推销高手 10.00 元

将顾客转化为自己的销售利器，使销售工作更活泼、更轻松。

如何成为上班高手 10.00 元

了解工作场所禁忌，避免违规动作，使您成为受欢迎的上班高手。

如何成为工作高手 11.80 元

飞黄腾达的捷径！让本书告诉您如何赤手空拳取得人生胜利。

目 录

出版导言	(1)
序	(3)
作者简介	(7)
第一章 立定志向	(9)
第二章 胜胜商议	(13)
第三章 四个步骤	(23)
第四章 正面计划	(45)
第五章 避免拒绝	(63)
第六章 取得赞同	(83)
第七章 顾客口碑	(99)
第八章 评估绩效	(123)
第九章 出类拔萃	(139)
第十章 美梦成真	(151)
附录1 推销高手的问答	(155)
附录2 推销能力的测验	(165)

出版导言

经济学家认为：“宇宙的资源有限，而人类的欲望无穷，如何将有限的资源予以充分利用，以满足人类无穷的欲望，则属于经济学的范畴了。”其实，按更广义的解释，人类本身也算是充分利用的资源，如果这样的话，那么前句的“经济学”也可以改称为“管理学”了，无怪乎“管理学”被称为当今世界的“显学”，上自达官贵人，下至贩夫走卒，都欲一窥其奥妙。

由于时代的不断演变，人、事、物的关系日益复杂，当然其间的冲突与摩擦亦随之而起，为了有效掌握有限的资源，则非仰赖管理不可，否则，有朝一日人类一定会步上脱序混乱及分崩离析之途。

另一方面，中国人普遍存有“宁为鸡首，不为牛后”的心理，使管理的人与被管理的人之间一直缺乏良性的互动关系及正确的行为准则，这也造成社会大众对管理学的需求日益殷切，当然，也使得每个人皆欲进入管理的殿堂。

。可惜的是我们却把它视为是学院内传道授业的学科，凡夫俗子及离校多年的人均无缘见一面，使得它原本通俗的本质被冠上一层曲高和寡的神秘面纱。

出版一系列的“经营管理丛书”，正是要协助你走进管理的世界，使管理一词不再教条化与空洞化，而是十分生活化与通俗化地和我们大家紧系在一起。

管理学的探讨并不是公司主管才有的专利，主管固然可利用它以使企业走上轨道，而一般人也可利用它来达到“修身”“齐家”的目的，至于政治家们更可借它来达到“治国”“平天下”的理想境界，这不是侈言高论，也不是夸夸而谈，只要你用“心”去阅读，则必能完成自己对生命的期待，并进而创造出家庭、企业及社会更崭新的一面。

在现今经营管理书籍汗牛充栋之时，本书竭力挑选出足堪代表的著作引介，希望在信息爆炸的今日世界，中国人经营管理的观念能不落人后，对于社会再教育一尽绵薄之力。

序

不论你赞不赞同，其实我们每个人都是销售员。事实上，在生活中我们会推销自己的友谊、思想、观点、产品，或是专业服务。我们想推销的对象，就是我们的顾客，而我们的成功与否，和顾客是否购买我们的东西有直接关系。

成功的代理人、顾问和其他技术专家多半仰赖他们维护基本顾客群的能力。建立组织中对部属的影响力，是执政者和最高行政官员的成功要件；而销售员的能力高低，则与维持基本顾客的多少息息相关。

虽说我们都会销售一些东西，但要做好也并不容易。一般的销售方式，常会使我们不快乐、疲倦不堪，甚至想舍弃它，而且往往都是三者兼而有之。

很多销售员都备感挫折。从书本和讨论会中所学到的，通常不符合他们心中所想的。更

糟的是,这些方法的成效显然不彰。一般说来,销售员学到的游戏规则就是,务必用尽各种方法,设法取得订货单。哪怕这意味着,必须要用少许绝妙、欺诈、迷惑或胁迫的技巧,但也只好如此了——毕竟只要能取得订单就好。

传统的“胜——败”销售方法,最大问题就在于视每一交易为独立事件。这使得销售员必须结束一项买卖,然后再去开创另一项,因为大部分人都讨厌被控制或欺骗。而致力于这种方式的销售员,必须经历非常缓慢的速度,又必须用更多的拜访,来弥补被拒绝的部分。很明显,一连串的说服行动,是使销售员热情被燃烧殆尽的主因。

但别沮丧,现在有了新方法!且让我们称它为“胜——胜”销售方法。致力于这种方法的销售员,必须抱有长远的眼光。这种方法,不仅要顾客买一次商品,而且还要让他们拥有继续购买的欲望,并告诉他们的亲朋好友。换句话说,具有“胜——胜”观念的销售员,不只需要订单,还需要掌握所有的销售事项。他们不会有

被拒绝的经验。更妙的是，还会有一些对商品满意的顾客自愿替他们推销，实际上，这些顾客就是从事销售业务的最佳销售利器。

转化顾客成为销售势力，是指让你的工作更活泼，而非更辛苦。在金氏世界记录(Cuinness Book of World Records)中，乔·基洛德(Joe Girard)被认为是“世界销售第一的汽车大王”。他指出，销售中的65%其实都是重复作业，另外的35%，是那些欣赏他的顾客替他介绍的，所以乔·基洛德一年中实际靠自己卖出去的车子很少。他真是一个让工作多元化，而非更辛苦的主宰者。

这本书就是要告诉您，如何成为杰出的销售员。不管您的顾客是谁，这里的“胜——胜”销售方法，都能适用于任何一种情况；即使交易不同，基本原则都是一样的，所以无论您是专业销售员、代理人或是最高行政官员，“胜——胜”销售原则都能满足您的需求。这套销售方法的报酬，简单地说，就是有事半功倍的效果，更重要的是，这将使您对自己充满自信，今后做任何

事,必将也是无往而不胜的。如果你想了解“胜——胜”销售方法,请你细读本书。

作者简介

罗斯·雷克博士(Ross R. Reck, PH. D.), 当代著名的作家、演说家和心理学专家。1977 年得到美国密西根州立大学的博士学位。1975 年至 1985 年, 出任美国亚历桑那州立大学管理学教授。其后自己在菲尼克斯地区, 负责享有声誉的罗斯雷克咨商中心。曾经和布雷隆(Brain G. Long)先生合著《胜——胜商义者》(The Win Win Negotiator), 1989 年由袖珍业书出版。举办过数以百计的演讲和讨论会, 是相当生动而具有说服力的演说家。1985 年起, 雷克博士开始全天候的致力于传授胜——胜销售原则。

第一章

立定志向



在我的书中所谈到的成功人物，并不是指那些继承大笔财富，或是买彩券中了头奖的幸运儿，而是像你我这样，为自己的成就努力不懈的人，事实上，每个人都能替“成功”下定义。在为这本书作问卷调查时，我一提到非常杰出的人物，最普遍的反应就是：“哇！这人真的拥有成功的条件。”

在所有案例当中，成功的人和一般人不同的地方是，他们通常拥有与众不同的素养，我们暂且称之为“它”。每个人都很清楚这种特征，但很难定义“它”到底指的是什么。

若要明确地说，我发现“它”大约可包括三大范畴。首先，这些成功的人，必须具有吸引别人的特殊能力——也就是带磁性的个性。换句话说，当这些人开始说话时，人们将会立刻停下手边的工作，抓住每一个可以从他们身上学习的机会。

这种能力乍听之下很神奇，而且似乎是先天本能，会比后天学习来得更重要。所以我想，这个问题应该会