

全球最优秀推销精英的实战秘诀

推销 王中王

张智勇 编译

THE **KING** OF
THE SALING
WORLD

 中国纺织出版社

F713.3
45

88087

THE OF THE
KING SALING WORLD
推销王中王

张智勇 编译



中国纺织出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

推销王中王/张智勇编. —北京: 中国纺织出版社,
2003.1

ISBN 7-5064-2463-0/F·0271

I. 推… II. 张… III. 推销-方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 099427 号

策划编辑: 曹炳镛 责任编辑: 孙 玲 责任校对: 高 静
责任设计: 王 凡 责任印制: 韩 冰

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京东直门南大街 6 号

邮政编码: 100027 电话: 010-64168226

http: //www. c-textilep. .com

E-mail: Faxing@ c-textilep. com

华北石油廊坊华星印刷厂印刷 各地新华书店经销

2003 年 1 月第一版第一次印刷

开本: 850 × 1168 1/32 印张: 11

字数: 260 千字 印数: 1—8000 定价: 25.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

[THE KING OF THE
推销王中王 SALES WORLD]

目 录

第一章 把你的客户当作朋友.....	(1)
读唇语般倾听	(3)
用友谊滋养客户	(11)
信心与信念是成功的源泉	(17)
倾听的艺术	(23)
不用为你的安全担心	(31)
第二章 投其所好	(37)
一万八千美元的房子	(39)
让你的客户兴致盎然	(47)
给你一份惊喜	(57)
第三章 坚忍不拔的态度让你成功.....	(63)
利用最后一刻	(65)
绝处逢生	(71)

不要以貌取人	(81)
不是推销区域的问题	(87)
从多伦多到伦敦的饭店	(95)
健康向上的推销员	(107)
第四章 语言的微妙	(115)
控制事态的发展	(117)
推波助澜的第三方	(123)
制造急迫感	(129)
速战速决	(133)
三十分钟售出的海景别墅	(141)
第五章 全力争取你的客户	(151)
精心策划的销售之道	(153)
接近大人物	(161)
面谈与会晤的力量	(169)
向困难挑战	(175)
找准推销对象	(183)
受俘的听众	(189)
第六章 与名人来往	(195)
寻找棒球队新买主	(197)

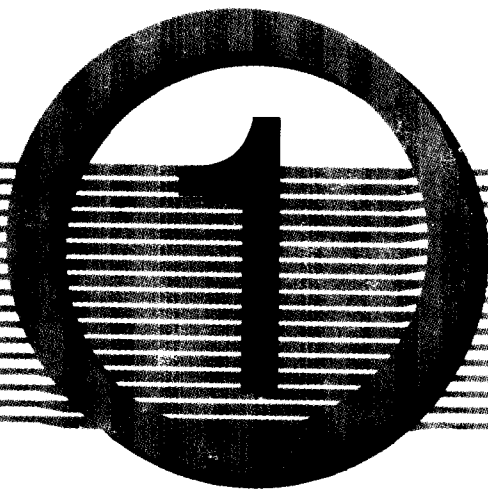
让体育明星做你的客户	(205)
让我的公司上市	(213)
不变的信念	(219)
第七章 服务,再服务	(227)
宾至如归的感受	(229)
全天候服务	(235)
小客户的力量	(241)
将目光放远	(247)
保持联系	(255)
第八章 创新中的推销法则	(263)
激发客户的信心	(265)
与你的客户交换角色	(273)
与众不同的广告	(279)
绕道而行	(285)
以创新应万变	(293)
如何推销铁路旁的待售屋	(303)
第九章 让你的客户帮你推销	(309)
你的顾客也许是你未来的同事	(311)

THE KING OF THE
推 销 王 中 王 SALING WORLD

从一到五十的变化	(321)
让大鱼先上钩	(325)
让你的客户帮你推销	(335)
参考文献	(342)

[THE KING OF THE
推销王中王 SALES WORLD]

把你的客户当作朋友



读唇语般倾听

东尼·巴利内洛是“巴利内洛公司”的总裁。这家本总部位于加州圣迭戈市的公司，专精于推销方面的训练与咨询。

他是一名专业的演说者，为许多世界五百强的大企业主持企业研讨会，并做有关推销基本策略的演讲。

他同时也是《向决策核心主管进行推销》（Selling to Very Important Top Officer）一书的作者，这本书也以录音带的形式发行。

巴利内洛还是“商业收音网路”（Business Radio Network）上的脱口秀节目“纵横美国推销术”（Selling Across America）的主持人，这个全国性的广播节目在全美一百零七个城市播放。

经验之谈

倾听技巧在推销时所占的地位是何等的重要。“和同事共同参加一个会议之后，我所获得的讯息总是比他们所得到的清晰许多，这就是因为我全神贯注地倾听。我有时候会说：‘难道你们没有听到他们说什么吗？’或是‘你没有注意到他怎么看你吗？’然后，我就会看到同事满脸不知所措的样子，我就必须对他们解释我所听到的。”

专心倾听客户说话，就好像是你患有耳疾，必须读唇语一般。

我曾经在加州的圣迭戈市推销过“惠普电脑”。推销这种售价高达五位数的产品并不是一件简单的事，尤其那个时候许多人根本没听过“惠普”的名字。

每当我对潜在主顾拨出第一通电话时，他们通常会说：“‘惠普’，那是什么？”

其他人则以为是“老派克贝尔”公司，满腹狐疑地问：“你们还在做收音机、电视机吗？”

要不然就是有一些自作聪明的家伙说：“你们还在生产车子？”或是“你们的足球队最近怎么样了？”

“惠普”原本已在示波镜与测试设备上建立了声音，但是要为这样的公司推销电脑，确实是一件困难的事，特别是我们还必须和 IBM 做正面竞争，这就更糟了，因为那个时候，IBM 等于是“电脑”的同义词。

对我更不利的是，我本身患有一项被视为相当严重的残疾：我的听力受损，我必须读唇语才能了解他人是在说什么。

虽然我迫切需要两个助听器，但时年才 28 岁的我，却出于一种虚荣心理而否决它：“助听器是给老人用的。”我这般说服自己。

我一点也不知道，失聪竟然成为我的一大优势。当我前去拜访葛瑞迪·罗宾森时，这个优势突显了出来。罗宾森先生是“罗宾森公司”的最高主管，这家位于圣迭戈的公司专门为那些拥有大型出租公寓的屋主服务，主要是为他们提供潜在房客的信用报告。

购置一套电脑系统并不像购买一部打字机或一个办公室家俱一样简单。它要花费 25 万美元上下，可以说是葛瑞迪所做过的一次最大型的购买决定。很自然地，他要确定“惠普”能够为他的公司提供最好的服务，满足所有的需求。毕竟，在他这个行业中，公司的电脑是生意的心脏与灵魂。葛瑞迪一定要做出了正确的购买决定。

在长达十个月的推销过程中，我打了数十通电话给他，做了无数次的示范解说，开了无数次的会议，吃了无数顿午餐。说实话，这真是一段非常漫长的推销历程。

同时，有数个竞争者也来势汹汹地要赢得罗宾森这笔生意。我很倒霉的发现，一位竞争者和罗宾森在同一栋商业大楼内，只在他下面的一层，这家公司的销售代表总是粘在罗宾森的办公室不走。

而我的优势就在我没有意识到的情况下制造出来。由于我的听力有问题，每一次我与葛瑞迪碰面时，我都得全神贯注地读他的唇语。为了不漏掉任何一个字，我紧张地坐在椅子的边缘处，倾身向前，非常小心地注视他嘴唇的动作。

我当然知道让他拥有个人空间的重要性，在同时，我

也知道不要只专注在他的嘴唇上，因为这样会让他感到十分不自在。所以我注视着他的整张脸——他的眼睛、他的下颚骨、他前额的皱纹等等。你知道，就像语言一样，脸部表情也能传达清晰的讯息。

因为读唇语是一项劳心劳神的工作，我得投注所有的注意力在其中，所以我的心神十分专注。不论是电话响起或是秘书走了进来，我都丝毫不受影响，双眼始终粘在葛瑞迪身上，很可能整座建筑物着火了，我却一点也不受干扰！即使我在做笔记，我的眼光也不曾离开他，因为长久以来我早已习惯了不用往下看，也能够流利书写的技巧。

这次推销的过程中，我从未在和葛瑞迪会晤时，分散了一丁点心神。即使是他的秘书走进来，而他的眼光暂时与她相接，我也会仍旧盯着他看。一旦他回过头望向我时，我的眼睛依然在他的脸上。

现在想像一下葛瑞迪的潜意识中存在何种感觉。我对他传达了一种下意识的讯息：“当我与你会晤时，你是**我世界上最重要的人。**”这个方法奇妙极了。毕竟，它令你的客户感觉到自己与众不同，而这不正是你要传达的讯息吗？

很明显地，我这个讯息很清晰地传给了葛瑞迪，因为他选择了我，买下了“惠普”的电脑。

在我收到这笔大生意的佣金时，我决定解决我的听力不良问题，所以我去买了一副助听器！当我第一次戴上时，这副助听器让我疯狂不已，因为我的脑袋中挤满了各

式各样我从前听不到的噪音。举例来说，我的脑袋可以听到我的笔在纸上沙沙作响的声音，我不禁自问：“那是什么？”我也可以听到旁人两腿摩擦时，裤子制造出的细微声音。有着数以千计的细微声音是不习惯听到的，每一种都让我分心。

我将助听器取下，送回我的医生那里，我对他说：“把它收回去，它快让我发疯了！”

“东尼，”他告诉我：“你得花上一段时间才会习惯。你的头脑会分辨出哪些是不重要的声响，它会忽视这些声响的存在。”

我同意再试一次。那一周，我又对葛瑞迪·罗宾森做了一次售后拜访。

令人惊讶吃惊的事发生了——当我坐在他的办公室时，我不必再坐在椅子边缘处来细读他的唇语，我可以舒服地靠在椅背上，而且带有一点无精打采的模样。我拿出了笔记本问：“情况如何？”

葛瑞迪开始对我叙说使用新电脑后，他们公司如何拓展业务……突然之间，他的秘书走了进来，我的双眼不自觉地追随她横越整个房间，而我的耳朵还是听见葛瑞迪在滔滔不绝地说着。接着，一位高级主管又走进房间，我再一次失掉了与葛瑞迪的目光接触。虽然我没有意识到我在做什么，我却看着每一个进出的人，这是因为现在我不必专注在葛瑞迪脸庞，也可以知道他在说什么。“哇，太棒了，”我想：“我可以看那边，却可以听这里！”

过了一会之后，葛瑞迪在某个句子的中间打住了，这是由于他发现到我虽然在听他说话，眼光却瞟向窗外。“东尼！”他高声对我喊着。

“是的，”我回答，将头转向他的方向。

“我要你把它拿下来。”

“拿什么？葛瑞迪。”我问。

“你的助听器。”

一时之间我窘困极了，我问：“为什么？”

“因为我觉得你根本不注意我。我喜欢你从前的样子，你坐在椅子边缘专心注视我的每一个动作，你让我觉得自己很重要，很特别。所以请你把它拿下来？”

我的脸瞬间转为红色，但还是答应了他的要求。我小心翼翼地将助听器取下，放入盒子中。之后，我又得坐在椅子边缘上细心听他说话，很快地我又注视着他每一个动作，当我记笔记时，我仍旧不需低头看我的纸张。

有一抹笑容浮现在葛瑞迪的脸庞上。

这个故事很明白地昭示出，倾听技巧在推销时所占的地位是何等的重要。东尼·巴利内洛指出，人们常常对他说他是他们所见过最棒的听众——事实上东尼如果不用助听器的话，他根本听不到！东尼后来便使用助听器来进行销售，但是他了解以读唇语时的专注力倾听他人说话的重要性。“非常有趣，”他表示：“常常和同事一起参加一个会议之后，我所获得的讯息总是比他们所得到的清晰许多，这就是因为我全神贯注地倾听。我有时候会说：‘难

道你们没有听到他们说什么吗?’或是‘你没有注意到他怎么看你吗?’然后,我就会看到同事满脸不知所措的样子,再耐心地向他们解释我所听到的。”

当然,如果你的听力正常,那也不意味着你不能像东尼一样专注地倾听潜在主顾所说的话。你只要遵循东尼的忠告便可:“专心倾听客户说话,就好像是你患有重听,必须读唇语一般。”每一位销售人员要达成交易并且影响客户的最好方式之一便是,仔细地倾听。