



經營者叢書

成功的推銷術

活用M・A・N法則，能使你的推銷無往不利

羅峻才 編著



經營者叢書

22

成功的推銷術

國家出版社印行

成功的推銷術

經濟叢書 22

特價：壹佰貳拾元整

編著者：羅峻才

主編者：王麗芬

校對者：林美玲

發行人：林大坤

發行所：國家出版社

郵撥：〇〇一八〇二七〇七號

地址：臺北市濟南路二段三十一之十四號四樓

電話：三九四〇二八二四・三九一〇二四二五

印刷所：三文印書館有限公司

登記證：行政院新聞局局版臺業字第〇六三二號

出版：七十六年元月

有著作權・有製版權・翻印必究

(本書若有缺頁、裝訂錯誤請寄回調換)

⑩如何自我表現

這是一個講求如何自我表現的時代，懂得表現自己，才容易獲得主管的賞識，而本書所探討的，正是什麼才是恰到好處、最具效果的自我表現方式，透過本書來充實自己、改造自己、表現自己，必能使你獲得大家的好感。

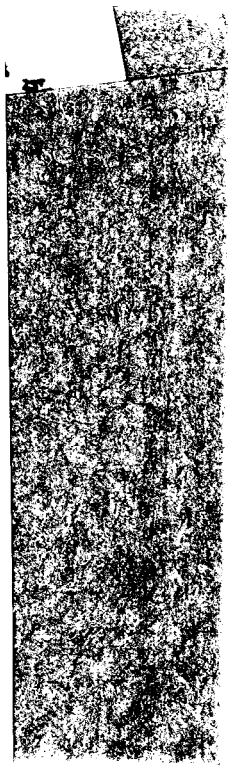
⑪面試成功法

面試，並非問與答而已，它的作用乃在判斷一個人的綜合人品，也就是在判斷你有無能力的時刻，您想在面試時成為他人所待發掘的人才嗎？您想知道如何有效發揮自己所有的實力嗎？讀完本書一定讓您面試成功。

⑫十分鐘推銷成功法

十分鐘內談成生意，並非紙上談兵、子虛烏有的事，如何在初會面中利用簡短時間順利成交，須具備各能力：說話的技巧、應對的態度、推銷的觀念……積極充實學養、培養自己的能力，保證你「十分鐘推銷成功」。

1111



⑬中小企業管理

對中小企業的經營者而言，其不二法門乃在運用有效的決策及節約財務與資源。本書明叙中小企業若要成功所應運用的策略，並著重於中小企業經營者所面臨難題的解說，尤其正進行創業計劃者，本書是最好的指導老師。

⑭最新商店經營法

如何以新觀念、有限的財務，去適應社會的快速變遷、滿足要求日高的消費者，是現代經營者應有的基本認知。本書分別就經營者、人事、財務、存貨管理、銷售、服務六大部份，以實務為基礎，闡述現代商店的經營理念。

⑮成功的說話術

人人都會說話，但有的人言語無味；有的人妙語如珠，二者之異只在於巧妙之不同。您是否常常覺得辭不達意，無法與人溝通？不必羨慕口若懸河的雄辯家。只要您詳讀本書，必能在任何場合侃侃而談，充滿信心！

封面設計：聶光炎

「經營者叢書」

● 序

衆所周知，企業經營的基本精神在牟取最大利潤，以報國叔世，在此前提下，我們勢應超越沿傳已久的互通有無經營方式，拓展出適應今日全球交易頻繁，且競爭激烈的商業形態，方能在日新月異的經濟進展下，長治而有成。

其實，企業經營本就是一項無上的挑戰，更是一種君子之爭的生活藝術。所以，經營者本身除了必須具備優越的經濟頭腦，及豐富的經驗等條件外，觀念的革新、新知的吸取、現狀的改良，更是有抱負的企業經營者應具備的理念。八十年代的經營，不應再專重營業績效，無論任何形態的企業，唯有在營業、企劃、人事、生產、行銷及財務等條件的配合下，方能發揮最大的統合戰力。

本公司有鑒於經營企業之不易與經營者之難為，遂有此「經營者叢書」之發行。不論是著作或譯著，皆為專門性的知識與極具實用價值的經驗論述，誠可謂一流之選。

您，只要懂得吸收體會，必能嫻於運用經營技術，而於實踐的過程中，漸臻理想目標，以獲致最高之經濟效益。

國家出版社 謹識

Hwt372/05

目 錄

序言——人人可學的推銷術·····	一
第一章 應付「不」的方法·····	一
真正的顧客就是那些說「不」的人·····	一
越想買的顧客越不歡迎你·····	四
不拒絕的顧客才是「怪物」·····	七
虛心接受顧客的意見·····	一
顧客拒絕必有原因·····	一三
放鬆顧客拒絕的心理·····	一五
不要放棄有購買意念但先拒絕的顧客·····	一七

利用顧客的心理推銷·····	一九
現金到手才能放心·····	二二
急欲出售反易招致顧客的警覺·····	二五
牢記顧客的姓名·····	二七
天真的人無所顧忌·····	三〇
要靈活運用金錢·····	三二
求上進的推銷員終會成功·····	三四
有目標的挑戰·····	三六
第二章 不使顧客拒絕的方法	
——除了勤於造訪，還要·····	三九
設法不使顧客拒絕·····	三九
不使顧客拒絕的方法·····	四一
從失敗中記取經驗·····	四四
找有力人士進行推銷·····	四六

自我推銷的方法.....	四八
一石三鳥的推銷方法.....	五〇
有了介紹信還能推諉嗎？.....	五三
搔著顧客的癢處.....	五五
善用空間的作戰法.....	五七
討顧客歡心的訣竅.....	六一
儘量傾聽顧客的談話.....	六三
讚美的話要得體.....	六五
利用名片自我介紹.....	六七
對顧客的稱呼要慎重.....	七〇
切實把握顧客的心理.....	七一
第三章 對付說「不」的顧客	
——使你有辦法對答如流.....	七五
對付「沒錢」的顧客.....	七五

成功的推銷術

四

對付「改天」的顧客·····	七七
對付「很忙」的顧客·····	八〇
對付「和太太商量」的顧客·····	八二
對付「不急」的顧客·····	八四
對付「有主兒」的顧客·····	八六
對付「塞責」的顧客·····	八八
對付「到百貨公司買」的顧客·····	九〇
對付說「服務不好」的顧客·····	九二
對付「發年終獎金再買」的顧客·····	九四
商品本身的缺點也能成爲推銷重點·····	九六
以廣泛的話題與顧客交談·····	九八
推銷也需具備創造力·····	一〇〇
「正攻法」不行就用「反攻法」·····	一〇二
利用顧客的信用推銷·····	一〇四

第四章 怎樣克服顧客的拒絕

——多多歡迎只看「不買」的顧客·····	一〇七
遠離「狐群狗黨」型的朋友·····	一〇七
不善表達也可推銷·····	一一〇
遭受拒絕越多，越有希望成為專家·····	一一二
「熱忱」會使顧客心動·····	一一四
如何與其他廠商競爭·····	一一八
真正的「對手」是無形的心理因素·····	一二一
切忌只做表面的推銷·····	一二三
我行我素——失敗的推銷法·····	一二六
嚴格地自我約束·····	一二九
不要忽視潛伏的棋子·····	一三三
以「年輕」和「幹勁」做金字招牌·····	一三五
活用自己的個性·····	一三九

第五章 判斷顧客拒絕的訣竅

不守時易失信於人·····	一四一
要衷心珍視自己推銷的商品·····	一四四
銷售的技巧·····	一四七
——不要「追求」只看不買的顧客·····	一五一
利用時機·····	一五一
推銷辭令宜臨機應變·····	一五三
儘量使用對雙方都有利的言辭·····	一五六
活用推銷用語·····	一五八
需要魄力和熱忱·····	一六二
要注重儀表·····	一六四
氣餒只有百害而無一利·····	一六七
學習如何臨機應變·····	一七〇

三多主義·····	一七三
電話禮貌·····	一七五
訪問的禮節·····	一七八
活用「M·A·N」原則·····	一八〇
勿以善小而不為·····	一八二
切莫被討價還價的顧客愚弄·····	一八七
利用顧客說謊的弱點·····	一八九
利用顧客的生活感受·····	一九二
第六章 如何化拒絕為接受	
——不要讓籠中之鳥飛走·····	一九五
正面突破顧客猶豫不決的心理·····	一九五
善用推銷的環境·····	一九七
切忌越級推銷·····	二〇〇

明白揭示推銷重點·····	二〇二
商談成功的八個心得·····	二〇四
最後攤牌要適時、適辭·····	二〇七
祛除顧客迷惑的心理·····	二一〇
不景氣時更應加倍耕耘·····	二一二
設法使顧客留下深刻的印象·····	二一五
以間接的方式打破推銷僵局·····	二一七
切忌漫天亂蓋·····	二二〇
小構想獲大利·····	二二三
「誠心誠意」招徠顧客·····	二二五
利用對方的弱點·····	二二八
不要疏忽小錯誤·····	二三〇
要抓住老顧客·····	二三四

第一章 應付「不」的方法

一、真正的顧客就是那些說「不」的人

蘇俄名作家屠格涅夫曾說：「兒童是飛翔在天空的鳥，能隨心所欲的要飛到這裏就飛到這裏，要飛到那裏就飛到那裏。」的確，兒童是天真無邪的，但有時候他們也是悖逆無理的。——當他們對外界的事物有所不滿的時候，就會大哭大鬧起來。

事實上，這也是兒童追求快感的本性。他們拒絕所有防礙他們自由的事物，他們所追求的，是自身欲望的滿足。

一般說來，這種心理將隨着所受的教育和不斷增加的人生經驗而「改進」；亦即隨着年歲的增長，逐漸了解許多事情並不如想像中那樣「暢行無阻」，而得到一種適應現實環境的心理。這好比汽車的引擎和剎車兩者能够相互保持平衡一樣；就是說，成長為一個「人」而生存於社會上，必須經過許多的階段。

然而，即使是懂得如何適應現實環境——經過各種人生歷程——的大人，有時候也會突然回復「兒童時代」那樣，去追求人世間的一些快感。

這種情形，在什麼情況下才會發生呢？

當推銷員來訪問的時候，就是一個很好的例子。

「您好，我是××公司派來的。……」當推銷員這麼對顧客說的時候，對方會想：「奇怪，我又沒有請你來，你怎麼自己跑來呢？」由於感到自由被侵犯，所以，對於這些「闖入者」，多半會表示不歡迎。

在中午的「黃金時間」去訪問顧客的推銷員，往往也會遭到顧客（主婦）們的拒絕。這是為什麼呢？究其原因，不外是：顧客們正在「享受」好的電視節目，而

推銷員的來訪，正好打擾了他（她）。

曾經有這麼一個人，他到美國去做生意的時候，從來不事先和對方約定會面的時間；因此，每到一個地方，都吃了「閉門羹」。事實上，並不是對方不願意接見他，而是西歐國家，都有不隨意打擾他人的「習俗」；在會見一個人之前，必然先和對方約好時間，否則，是不會受到歡迎的。

然而，一般說來，推銷員除了對特定的顧客外，是從來不事先作這種安排的。換言之，所謂的「推銷員」就是不事先告訴你，而在某一天突然來訪的「不速之客」。

由此，我們不難想像到，期望顧客說：「你好，歡迎，歡迎！」這類的話，是不太可能的。也因此，我常對一些幹推銷工作的朋友說：「如果，你初次訪問就受到對方盛情的款待，那不是對方『不太正常』，就是這筆生意已經沒有希望了。」

任何一個正常的顧客，都會先說「不」的。

也許會有推銷員這麼反駁：「才不呢！我今天去拜訪一個老婦人，談沒兩句