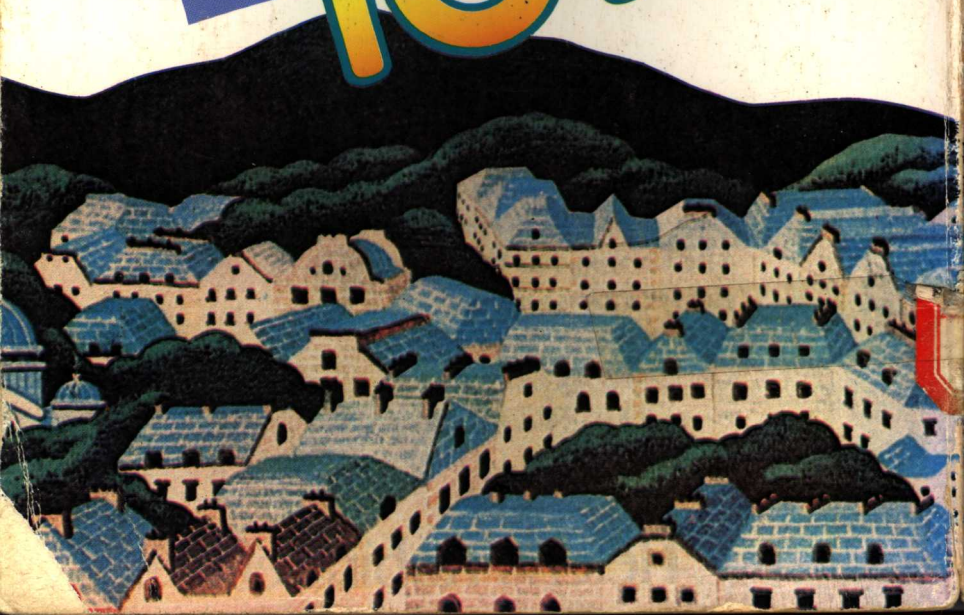


登門 推銷

一見道夫 著
洪鯤 譯

101



登門推銷一〇一

洪鯤・譯

經濟日報叢書

登門推銷二〇一

譯者 洪

發行人 王

出版者 經

總經銷 聯

印刷者 世和印製企業有限公司

定價：新臺幣一二〇元

中華民國七十一年十一月初版

中華民國七十五年三月第五次印行

中華民國七十八年四月新二版

必

濟日報社

新聞局登記證局版臺報字〇〇二七號

聯經出版事業公司

臺北市忠孝東路四段五六一號

郵政劃撥帳戶〇一〇〇五五九一三號

電話：七六八三七〇八・三九四〇一三七

世和印製企業有限公司

定價：新臺幣一二〇元

中華民國七十一年十一月初版

中華民國七十五年三月第五次印行

中華民國七十八年四月新二版

印翻禁・權版有

目次

一	成功三要件·····	一
二	看不見的敵人·····	四
三	有志者事竟成·····	七
四	成功的關鍵不在商品·····	二〇
五	知進知退、能屈能伸·····	三
六	莫使「資料」成「死料」·····	六
七	由「賣」到「賺」之道·····	九
八	一天當兩天用·····	三
九	成敗關鍵不在能力在個性·····	五
一〇	理論要與實際合一·····	六

一一	不要褻瀆了名片.....	三
一二	是賣情調、還是技術.....	三
一三	購買心理的六階段.....	三
一四	西裝不是推銷員的制服.....	四
一五	M·A·N法則.....	四
一六	「三愛」是推銷員的必要條件.....	四
一七	了解自己的缺點.....	四
一八	為自己的能力與信用投資.....	五
一九	研究對方如何拒絕.....	五
二〇	創造你的魅力.....	五
二一	乘車時莫忘搜集情報.....	六
二二	不要被「緊張」壓垮.....	六
二三	節省通車時間.....	六
二四	增強感受力.....	七
二五	只有蠶吐絹絲.....	七
二六	冬南夏北、晨西午東.....	七

二七	動中求靜調劑身心	二七
二八	睦鄰有道、廣結善緣	二八
二九	一日之計在於晨	二九
三〇	挨戶訪問是基本	三〇
三一	逃避不能有第一次	三一
三二	射將先射馬	三二
三三	守時是守信的第一課	三三
三四	推銷員的望聞問切	三四
三五	名片的遞法	三五
三六	接受名片的禮貌	三六
三七	為什麼會被拒絕	三七
三八	欲速則不達	三八
三九	讓背影留下餘韻	三九
四〇	創造再訪的機會	四〇
四一	看透對方的口袋	四一
四二	別忘了幕後人物	四二

四三	需要是創造出來的……………	一三七
四四	推銷的「理論無用論」……………	一三〇
四五	不要給對方說不的機會……………	一三三
四六	潛意識作戰……………	一三六
四七	愛德馬法則……………	一三九
四八	等候時搜集資料……………	一四二
四九	突破障礙二大法門……………	一四五
五〇	保持平等地位……………	一四八
五一	謹記顧客大名……………	一五一
五二	禮品戰術「溫故知新」……………	一五四
五三	一分鐘換得一輩子信任……………	一五七
五四	坦承缺點贏取信任……………	一六〇
五五	相見時難別亦難……………	一六三
五六	變化與新鮮的魅力……………	一六六
五七	上座下座分清楚……………	一六九
五八	理性空間與感性空間……………	一七二

五九	謹防埋伏·····	一七五
六〇	服務顧客三要訣·····	一七六
六一	逆來順受者強·····	一八一
六二	不賣商品賣人情·····	一八四
六三	堵住「沒錢」的藉口·····	一八七
六四	了解顧客的喜好·····	一九〇
六五	向古典的行商學習·····	一九三
六六	和櫃臺小姐拉交情·····	一九六
六七	充分運用人際關係·····	一九九
六八	利用顧客的恐怖感·····	二〇三
六九	破釜沉舟，鞭策自己·····	二〇五
七〇	微笑歡迎是陷阱·····	二〇八
七一	切莫一見便鍾情·····	二一一
七二	慧劍斬情絲·····	二一四
七三	掌握簽約時機·····	二一七
七四	性急的乞丐討不到飯·····	二二〇

七五	把好處畫出來·····	二三
七六	成交時的注意事項·····	二六
七七	商場上的忌諱·····	三九
七八	善用人的本能·····	三三
七九	借助上司的權威·····	三五
八〇	巧妙運用交際手腕·····	三八
八一	壞習慣要不得·····	四一
八二	成功不靠智商高·····	四四
八三	伸出溫暖的手·····	四七
八四	雖小道亦有可觀焉·····	四九
八五	有功者祿、有能者官·····	五二
八六	以二價四率作體檢·····	五五
八七	善用數字的魔術·····	五六
八八	推銷員的修養·····	六二
八九	養身至上·····	六四
九〇	不能瞎子摸象·····	六七

九一	工作便是人生·····	二七〇
九二	發揮自己的特長·····	二七三
九三	爽朗幽默得人緣·····	二七六
九四	具備數字知識·····	二七九
九五	買者喜歡，賣者得意·····	二八二
九六	嚴格自我要求·····	二八五
九七	酒店的短歌·····	二八八
九八	由推銷員到主管·····	二九一
九九	瓜田李下·····	二九四
一〇〇	確定目標把握船舵·····	二九七
一〇一	推銷員成功十原則·····	三〇〇

一、成功三要件

講談社的創始者野間清治曾說：「成功的必要條件有三」。

他的成功三要件是：

一、工作上的磨鍊——由經驗中學習。

二、做人上的磨鍊——向他人學習。

三、書本上的磨鍊——向讀書中學習。

說起來，登門推銷這種差事，缺乏上述的三要件是絕對無法成功的。

現在分述如下：

工作上的磨鍊——人是一種成功了就自我炫耀、失敗了就噤若寒蟬的動物。我們只看到人們口沫橫飛地炫耀自己的英雄事蹟，卻很少看到有人滔滔不絕的數說自己的不是。但是事實上失敗

的經驗卻比成功的經驗更可貴。

日本化藥董事長原安三郎先生曾說：

「賺一千萬圓的經驗不會變成賺十億圓的經驗；但是賠一百萬圓的經驗卻可以變成賺十億圓的經驗。」

由這句話可以了解，失敗本身並不可悲，可悲的是不能從失敗的經驗中學習教訓。

也許你在推銷活動中嚐過許許多多失敗的經驗吧？但是由於這些失敗都是在不同的場合和各種性格、各種能力的人接觸而獲得的，比起那些坐在辦公室的事務員來，你的經驗要豐富多了。

由於這些經驗都是親身體驗的，你必須牢牢記住，當作前車之鑑，那麼你以後成功的機會就多了。

做人上的磨鍊——大凡成功的人一定有一個人際關係的寶庫。而對推銷員來說，人際關係尤其重要。這可以從兩方面來說，第一，當你登門推銷時，你是否說得出對方的姓名，是推銷成功與否一個很重要的因素。而這個情報完全要靠你的人際關係去獲得。第二，關係推銷的經驗與其他的知識，除了自己親身去體驗之外，便是從別人的口中去汲取。如何廣泛的獲取情報、經驗與知識呢？那便是廣結善緣；那麼如何廣結善緣呢？那就必須要謙沖為懷。滿招損、謙受益。自滿狂傲之徒只有自絕於他人了。

書本上的磨鍊——自己的經驗、別人的經驗畢竟是有限的，知識最重要的來源還是書本，因為書本上的知識可以上貫古今、下通南北。只要一卷在手，那麼千古以前的聖賢、萬里之外的名士都可以和你促膝而談。培根曾說：「知識就是權力。」人只有在自己的知識與能力的範圍內可以看東西、想東西。知識越廣，也就是說認識的世界越廣，能夠應付的世界越大。沒知識就會「以管窺天」，只是「井底之蛙」。

推銷員在工作上和做人上的磨鍊機會是很多的。但是書本上的磨鍊卻要相當的毅力與耐心。許多推銷員往往找理由說太忙了、太累了，沒時間唸書。其實時間是自己找的，問題在有沒有「心」而已。

二、看不見的敵人

以前橫濱有一個專門收容越戰傷兵的美軍野戰醫院。由於我住在附近的關係，認識了一些傷兵，有一天一位在越戰中失去一條腿的軍官對我說：

「最恐怖的是眼睛看不見的敵人。跟眼睛看得見的敵人作戰時，心裡反而有一種充實感，但叢林戰的敵人卻看不見，十分恐怖。屏息、銜枚前進，沒有遭遇任何抵抗，連敵人的影子都沒有，五分鐘、十分鐘過去了，一分鐘比一天都難捱，恐怖本身變成心中的敵人，我們必須與之作戰。……」推銷員也有兩個敵人，一個是眼睛看得見的（競爭對手）；一個是眼睛看不見的。

眼睛可見的敵人，非打擊、追趕不可的敵人，除了傻瓜、浪蕩子、瞎子，誰都可以看得見。只要得到要領，努力以赴，這可見的敵人是沒什麼可怕的。

如果有什麼可怕的，那就是看不見的敵人，也就是說你自己。

王陽明曾說：

「山中之賊易破，心中之賊難防。」

誠哉斯言，最可怕的敵人在自己心中。

推銷員說起來就是和顧客「拒絕」的態度相對抗的一種職業。把「不想買」的顧客變成「想買」，這是推銷員的工作。

當然對方並不是那麼容易就改變觀念的。就是你自己，一旦擁有的觀念也不是一下子就能夠改變得了。人同此心，心同此理，對方既然決定不買了，你硬要他回心轉意，其艱難就可想而知了。

即使同樣是拒絕，有人看到推銷員就把門砰的一聲關起來，讓你吃閉門羹；有人和推銷員爭得面紅耳赤，然後不歡而散；有人靜靜的聽推銷員口沫橫飛的詳細說明，然後客氣地拒絕的；有人表示很有興趣，可是「目前還沒有計劃購置」……形形色色，你一天要碰上五十次、一百次的拒絕。你越想越嘔氣，大喊：「受不了，不想幹了！不想幹了！」早晨起床，想起那可怕的拒絕，兩腿就發軟。

就這樣，你在販賣活動的入口處就對所碰到的問題喪失了克服的意志，你對問題本身產生了畏難心理、逃避心理。你越軟弱，心中看不見的敵人就越強。

一個推銷員最可怕的敵人是內心萌生的「想要輕鬆的工作」、「想要做自己高興做的工作」、「不要被人強迫」，一種「避苦就樂」的思想。

但是推銷員本身的工作就是作戰，你不能打倒敵人（改變對方不買的決定），只有被敵人打倒。你心中一旦有了「失敗主義」的思想，那就失去了戰鬥意志。沒有鬥志，敲門的手就舉不起來，更遑論推銷了。

成功與敗北決定於你是否能夠先戰勝你心中的敵人，克制得了「失敗主義」，克服得了「畏難心理」。

三、有志者事竟成

有一種藥物實驗叫「暗示效果」，那是將一百五十五名感冒的病人分為二組，一組給與真正的感冒藥，另一組給予假的感冒藥（既非藥，亦非毒，是乳糖）。每一組在給藥之時都強調說：「這種藥的效果非常好。」結果如表A。假藥治癒的竟比真藥的比率高，而副作用居然也有，只是比真藥略低而已。

第二個實驗是一百九十九名頭痛患者，實驗方式相同，結果如表B。

由以上的結果可以了解，只要告訴病人說：「這種藥效果非常好。」那麼假藥的效果，在感冒的情形下比真藥略高，頭痛的情形也有一半以上的治癒率。

我為什麼介紹這個實驗呢？因為所有成功的推銷員，他們可以不懂得暗示效果、催眠療法，但是多數是活用了「自我暗示」的人。日本有一句諺語說：「思想的力量可以推倒岩石」，就是