

国际权威的营销理念

顶尖营销

TOP MARKETING

如果你有雄心壮志，不妨迈开大步勇往直前；
如果你只能小步前行，也胜过原地踏步！

——[美] 密德瑞· 麦卡福博士



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

F-713.50
8

88461

国际权威的营销理念

顶尖营销

TOP MARKETING

如果你有雄心壮志，不妨迈开大步勇往直前；
如果你只能小步前行，也胜过原地踏步！

——[美] 密德瑞· 麦卡福博士

企业管理出版社

图书在版编目(CIP)数据

顶尖营销/罗森编著. —北京:企业管理出版社,
2003.1

ISBN 7-80147-854-1

I. 顶… II. 罗… III. 市场营销学
IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 000051 号

书 名: 顶尖营销

作 者: 罗 森

责任编辑: 刘秋生

技术编辑: 穆子 晓光

书 号: ISBN 7-80147-854-1/F·852

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100044

网 址: <http://www.cec-eda.org.cn/cbs>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com emph1979@yahoo.com

印 刷: 北京市京宇印刷厂

经 销: 新华书店

规 格: 880 毫米 × 1230 毫米 32 开本 12 印张 250 千字

版 次: 2003 年 3 月第 1 版 2003 年 3 月第 1 次印刷

印 数: 5000 册

定 价: 22.80 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

前 言

本书的主要问题是全面地分析“顶尖营销”的策略和战术。为什么要提出这个问题，又如何合理地回答这个问题？既是本书的难点，也是众多推销高手关心的热点。

所谓“顶尖营销”，我们是基于这样的考虑：根据美国著名营销学大师威廉·罗克爾的观点——“世界上最优秀的推销员必须经过三个步骤的提升，一是初级阶段的模仿，二是中级阶段的发挥，三是高级阶段的创造。这三级是一个逐步深入细致同时也是自由创造的过程。真正的推销员是进入到高级阶段的，他们在这个阶段完全能够形成自己的推销风格，一方面有自己的推销策略，另一方面有自己的推销手段，完全懂得与顾客沟通的智慧。”这就是一种“顶尖推销”的观念，即高级阶段的自由创造。

现代市场竞争日益激烈，推销已经成为企业或公司非常重要的一个难题，因为推销的优劣直接关系到效益的全面提升或下滑。为什么有那么多企业或公司，推销产品成为重中之重，就是希望通过最有效的推销快速打开市场，在市场上赢得份额。显然，推销是打开市场的一种魔术手段，如果谁重视它，谁就能在市场中立住脚，反之，谁就会遭淘汰。

本书不是一般的泛泛之作，而是试图根据现代市场的需求

机制，倡导一种新款的“顶尖推销理念”。为此，我们认真地提出了下面九大问题：

- 一、推销员的“刺猬精神”；
- 二、推销员的“狐狸脑袋”；
- 三、推销员的“狡兔手段”；
- 四、推销员的“蛇形运动”；
- 五、推销员的“猎豹技巧”；
- 六、推销员的“获利魔术”；
- 七、推销员的“攻垒方法”；
- 八、推销员的“舌尖力量”；
- 九、推销员的“收官本领”；

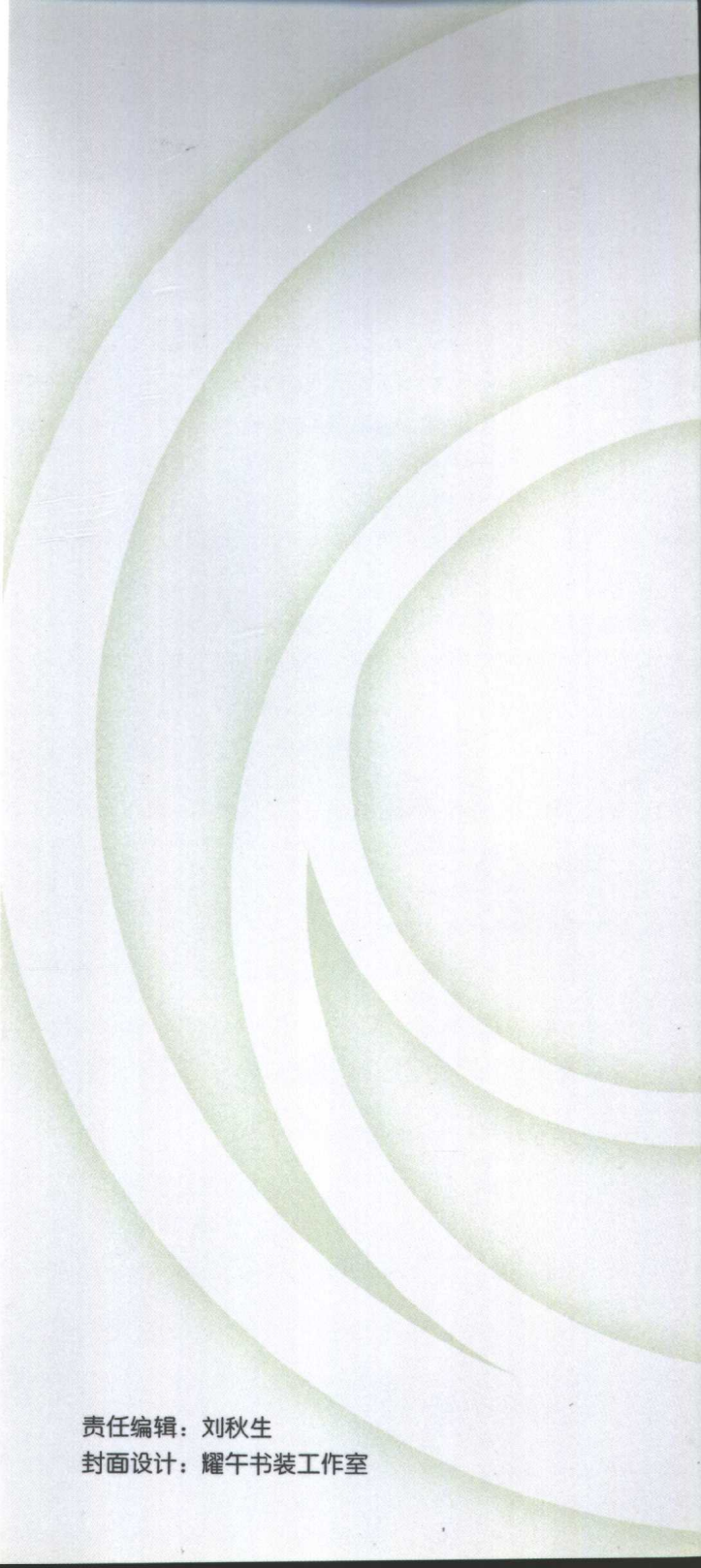
可见，我们非常关注推销员的素质能力和手段，这也是本书的重点。

本书能够根据现代市场的变势，尽可能提出一些推销智慧，同时又例举实际个案，争取做到点和面的结合，把推销问题深化和细化。

最后希望关心推销和需要推销的朋友们，能够从本书中有所收益，成为一名推销专家。祝成功！

TOP MARKETING

- ◆ 推销员的“刺猬精神”
- ◆ 推销员的“狐狸脑袋”
- ◆ 推销员的“狡兔手袋”
- ◆ 推销员的“蛇形运动”
- ◆ 推销员的“猎豹技巧”
- ◆ 推销员的“获利魔术”
- ◆ 推销员的“攻垒方法”
- ◆ 推销员的“舌尖力量”
- ◆ 推销员的“收官本领”



责任编辑：刘秋生
封面设计：耀午书装工作室

第一课 推销员的“刺猬精神”

推销是从拒绝开始的一门艺术。每位推销员都应当像刺猬一样,敢于挑战和应对,让自己的推销产生满意的结果。

——美国著名营销学大师威廉·罗克尔

1. 信心是推销成功的第一把钥匙 (3)
2. 带有“勇敢”两字开始推销 (9)
3. 要有吃掉失败的精神 (12)
4. 没有激情,将一事无成 (16)
5. 把“胆怯”两字碾碎 (21)
6. 把拒绝变成接受 (24)
7. 只要坚持,就会有赢定胜局 (30)

第二课 推销员的“狐狸脑袋”

狐狸的智慧,众人皆知。推销员多半应该是狐狸智慧的化身,想办法逼近自己的目标。

——美国哈佛大学推销专家法布里奇

8. 让自己魅力四射 (35)
9. 用微笑打动顾客 (37)
10. 围绕目标下苦功 (42)
11. 刺探购买的底细 (49)
12. 切忌实话实说 (52)
13. 掌握以退为进的伸缩技巧 (54)
14. 赢得顾客心灵的绝招 (56)
15. 把顾客的面孔和名字刻在心里 (59)

第三课 推销员的“狡兔手段”

狡兔三窟。推销员应当模仿狡兔，
尽可能把推销工作做得滴水不漏，天衣
无缝。

——世界上最伟大的推销员弗兰克

16. 把自己“武装”好 (67)
17. 建立属于自己的“档案” (72)
18. 确定好每一次推销的目标 (77)
19. 巧设灵活的推销战略 (82)
20. 千万别泄露自己的秘密 (85)
21. 多方打通信息的渠道 (90)

第四课 推销员的“蛇形运动”

蛇以曲线爬行,这种曲线战术在推销中非常富有启发性和隐秘性,可称之为曲折推销术。

——美国推销经典之作《推销的要术》

- 22. 能满足的就满足 (95)
- 23. 摸透顾客的好奇心 (98)
- 24. 当着顾客的面示范 (101)
- 25. 让小故事发挥大作用 (103)
- 26. 付出一片关爱的心 (107)
- 27. 把话题拉得越近越好 (114)

第五课 推销员的“猎豹技巧”

猎豹的本领在于不怕任何风险,绝不放弃目标,并施展全身功夫快速结束战斗。推销员必须在这一点上以猎豹为榜样。

——英国剑桥大学行为学家马克斯·凯利

28. 该冒险就冒险	(121)
29. 攻其不备,出其不意	(124)
30. 避实就虚	(127)
31. 该回避就回避	(129)
32. 因人而异,战术多样	(131)
33. 采取迂回战术	(134)
34. 抓住时机,趁势而动	(137)
35. 玩弄“激将术”	(143)

第六课 推销员的“获利魔术”

利益是诱人的蛋糕。推销员的获利魔术不在单赢,而在双赢。这样的推销才能获得最高分。

——美国哈佛推销大师杰克·布班

36. 切勿追求单赢	(149)
37. 让对手有满足感	(154)
38. 莫因小利而失大利	(158)
39. 达到“双赢”的结果最理想	(163)
40. 抬高身价,吊住对方胃口	(166)
41. 确定“最后期限”	(170)

42. 让对方尝到一点满足的甜头 (174)
43. 围绕底价讨价还价 (177)
44. 迫使对方先报价 (180)
45. 以最低价换得最高服务 (183)

第七课 推销员的“攻垒方法”

最伟大的推销员一定是一个极其
出色的攻垒高手。

——摘自《犹太人的成功推销术》

46. 靠火眼金睛侦察对方的“线索” (187)
47. 摸清对方隐藏的“底牌” (190)
48. 善于接住对方抛出来的“问题球” (194)
49. 要牢记四个“别”字 (196)
50. 学会“蚕食”对手的优势 (200)
51. 顶住对手施加的压力 (202)
52. 把底线当防线 (207)
53. 把握临时突变的时机 (211)
54. 学会静观其变 (214)

第八课 推销员的“舌尖力量”

推销员必须在口才上胜人一筹，才能让顾客心服口服。

——摘自《犹太人的成功推销术》

- 55. 区分出“不要”和“要” (219)
- 56. 提问方法要多种多样 (221)
- 57. 赢得上风的办法——多问少答 (228)
- 58. 巧妙说服 (231)
- 59. 善于应对的5个诀窍 (235)
- 60. 避免“谈不下去” (242)
- 61. 遇到问题，及时沟通 (245)
- 62. 制造良好的谈话气氛 (250)

第九课 推销员的“收官本领”

推销的结局有优劣之分，这就要看你是否具备大师级的“收官本领”。

——《世界上最巧妙的推销智谋》

63. 懂得让步的策略和方法	(257)
64. 利用时间的缓冲作用	(261)
65. 巧妙处理异议	(266)
66. 放弃立场的争执	(269)
67. 学会暂停和拖延	(272)
68. 敲定大局有奇术	(275)
69. 以坦诚和信誉为筹码	(285)
70. 突破僵局 15 法	(290)
71. 巧收“官子”	(295)

第十课 最漂亮的 10 个推销成功个案

每一个推销员故事中,都是推销者
智慧的闪光。

——美国耶鲁大学著名推销师鲍勃·杜里

72. 太麦克斯的破坏性广告	(303)
73. 车轮式攻势	(304)
74. 汉斯的机智	(306)
75. 赚钱再付钱	(307)
76. 以速度制胜	(308)
77. 巧用奥斯卡效应	(309)

目 录

- 78. 以一带十营销术 (310)
- 79. 巧用感情战术 (311)
- 80. 以二择一促销法 (312)
- 81. 赚有钱人的钱 (313)

第一课

推销员的“刺猬精神”

推销是从拒绝开始的一门艺术。
每位推销员都应当像刺猬一样，敢于挑
战和应对，让自己的推销产生满意的结
果。

——美国著名营销学大师威廉·罗克尔

