

新 新 管 理 丛 书

杨剑 尹丽荣 金小玲 ◎ 编著

营销力提升 训练精要

xunlian
jingyao

- ◎ 心理承受力提升训练
- ◎ 营销策划力提升训练
- ◎ 情报收集力提升训练
- ◎ 市场分析力提升训练
- ◎ 顾客沟通力提升训练
- ◎ 产品推销力提升训练
- ◎ 商务谈判力提升训练
- ◎ 文案写作力提升训练
- ◎ 工作规划力提升训练



中国纺织出版社

新新管理丛书

营销力提升 训练精要

杨剑 尹丽荣 金小玲/编著



中国纺织出版社

内 容 提 要

营销力充分决定销售人员的业绩成果。或许您已从事销售工作多年,也参加过各种的培训,却少见成效。您是否一直在为此而苦苦寻求,急切希望自己的营销力有一个质的飞跃呢?本书通过心理承受力、营销策划力、情报收集力、市场分析力、顾客沟通力、产品推销力、商务谈判力、文案写作力及工作规划力的提升,提升您的营销力和销售业绩。对每一步都提出了十分具体的可操作性训练方法,以期帮助营销人员实现营销力的全面快速提升。

图书在版编目(CIP)数据

营销力提升训练精要/杨剑,尹丽荣,金小玲编著. —北京:中国纺织出版社, 2003.8

(新新管理丛书)

ISBN 7-5064-2675-7/F·0372

I. 营… II. ①杨… ②尹… ③金… III. 市场营销学 IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 051379 号

策划编辑: 詹琰 特约编辑: 刘秀珍 责任印制: 初全贵

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: 010-64160816 传真: 010-64168226

http://www. c-textilep. com

E-mail: faxing @ c-textilep. com

中国纺织出版社印刷厂印刷 各地新华书店经销

2003 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 880×1230 1/32 印张: 13.875

字数: 322 千字 印数: 1—8000 定价: 26.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社市场营销部调换

前 言

组织、营销、财务是推动企业迅跑的三驾马车。组织与财务管理属于内部事务，只有营销直接面对的是客户和社会，故而，营销人员素质的高低，业务力的高下，直接决定了营销业绩与公司经济效益的好坏。因此，业务人员营销力的提升是管理层与营销组织必须十分重视的大事。

业务人员必须十分注重自身营销力的提升。因为营销力高低，不仅决定了营销业绩的好坏，同时也决定了工作开展的难易程度及自身在组织中的地位。

本书将营销力分解成心理承受力、营销策划力、情报收集力、市场分析力、顾客沟通力、产品推销力、商务谈判力、文案写作力和工作规划力九大方面，针对这九大营销力的提升提出了十分具体可行的训练方案，以期达到全面快速提升业务人员营销力之目的。

本书第一章至第四章由杨剑先生编著，第五章、第六章由尹丽荣女士编著，第七章至第九章由金小玲女士编著。全书由杨剑统稿。由于时间仓促，不足之处一定不少，欢迎各位读者批评指正。

杨剑

2003年5月

目 录

第一章 营销人员心理承受力提升训练	(1)
第一节 如何面对工作压力	(1)
一、充分检查和分析自己是否适合营销工作	(1)
二、充分检查自己是否胜任营销工作	(2)
三、准备工作是否充分全面	(3)
四、营销任务是否过重	(4)
五、缓解工作压力方法	(5)
第二节 如何面对客户的拒绝	(6)
一、与客户沟通障碍常见原因	(7)
二、如何避免与客户冲突	(8)
三、如何化解心中的挫折感	(9)
第三节 如何赢得客户的信任	(11)
一、给对方留下良好印象的方法	(11)
二、如何提高个人的品质	(13)
三、活用请客吃饭的学问	(13)
四、发展与客户的友谊	(14)
第四节 如何扮演好自己的角色	(16)
一、如何确定与客户交往的角色	(16)
二、在沟通中认知自己的角色	(17)
三、角色扮演的技巧	(18)
四、角色扮演的注意事项	(19)
第五节 如何保持旺盛的斗志	(20)

一、自我修炼要诀	(20)
二、做到耐心等待	(21)
三、自我激励技巧	(23)
四、铲除自卑心理	(23)
五、迈向成功的基本要素	(24)
 第二章 营销人员营销策划力提升训练	(26)
第一节 理解营销战略策划与年度营销计划	(26)
一、什么是营销策划	(26)
二、如何理解营销战略策划	(27)
第二节 全面掌握营销策划流程	(28)
一、营销策划的步骤	(28)
二、营销策划的流程	(28)
第三节 科学制定营销战略规划	(30)
一、任务报告	(30)
二、业绩概述	(30)
三、财务分析	(31)
四、差距分析	(31)
五、市场形势概要	(33)
六、主要产品/市场的 SWOT 分析	(33)
七、确立目标和制定战略	(34)
第四节 精细制定年度营销计划	(37)
一、如何进行年度营销计划的制定	(37)
二、年度营销计划制定的重点与要诀	(40)

第三章 营销人员情报收集力提升训练	(42)
第一节 信息意识训练	(42)
一、根据目标收集信息	(43)
二、细微的信息不可忽略	(43)
第二节 日常工作注意信息收集	(43)
一、培养收集信息的习惯	(44)
二、生活中随处可见的信息收集与利用	(44)
三、多交朋友，他们会给您意想不到的信息	(45)
四、媒体是信息来源的主要渠道	(47)
第三节 筛选有用的信息	(48)
一、使你心动的信息	(48)
二、负面信息往往更有价值	(48)
三、有价值的现成信息不可忽视	(49)
四、真正有价值的信息来自市场调查	(50)
第四节 整理手头资料信息	(51)
一、信息要定期整理	(51)
二、资料得自己整理	(51)
三、信息整理的步骤	(52)
第五节 利用网上资源	(52)
一、网上资源利用的原则	(52)
二、网上资源利用的技巧	(53)
第四章 营销人员市场分析力提升训练	(54)
第一节 市场营销环境分析	(54)
一、宏观环境分析	(54)

二、微观环境分析	(66)
三、环境分析的应用	(69)
第二节 市场购买行为分析	(70)
一、消费者市场购买行为分析	(70)
二、产业市场购买行为分析	(87)
第三节 竞争者分析	(96)
一、确定竞争者	(97)
二、分析竞争者的强势和弱势	(98)
三、预测竞争者的反应方式	(99)
四、建立竞争监督系统	(99)
第四节 产品市场定位	(100)
一、市场细分	(101)
二、选择目标市场	(106)
三、市场定位	(109)
第五章 营销人员顾客沟通力提升训练	(118)
第一节 学会与客户打交道	(118)
一、如何与买主打交道	(118)
二、如何与客户打交道	(122)
三、怎样向客户介绍产品	(123)
四、如何接待商业客户	(124)
第二节 妥善处理客户的不满	(127)
一、如何处理顾客的不满	(127)
二、处理顾客异议的策略	(129)
三、如何处理客户异议的方法	(131)

第三节 做好客户服务工作	(135)
一、要把顾客的利益放在首位	(135)
二、使顾客产生好感的方法	(137)
三、招待顾客时的注意事项	(139)
第四节 善于与客户沟通交往	(140)
一、如何与顾客交流	(140)
二、对业务员不欢迎的几种客户心理	(142)
三、如何与心怀不满的客户相处	(144)
四、如何与自称专家的客户打交道	(146)
五、如何与客气的客户交往	(148)
六、如何与情感脆弱的客户交往	(151)
七、如何与少言寡语的客户相处	(153)
八、如何与不擅交际的客户交往	(156)
九、怎样与撒谎的客户谈生意	(158)
十、客户交往礼仪与技巧	(161)
十一、如何给客户留下好印象	(164)
十二、如何说服客户的反对意见	(166)
十三、如何满足顾客的特殊要求	(169)
十四、如何与顾客有效沟通	(170)
 第六章 营销人员产品推销力提升训练	 (174)
第一节 练就推销基本功	(174)
一、正确推销的五大经验	(174)
二、如何抓住老客户进行推销	(178)
三、推销员必须正确面对失败	(180)

四、必须从失败中总结出经验教训	(181)
五、“侥幸”不可能成为杰出推销员	(182)
六、推销员须具备的基本素质	(184)
七、推销员需必备的语言能力	(187)
八、推销员必须掌握的五种招呼语	(189)
九、推销员必须熟知的推销方法	(190)
十、推销员必须熟练掌握的四种推销工具	(193)
十一、成功推销员的五个特质	(196)
十二、推销员推销时举止的禁忌	(198)
第二节 培养推销技巧	(200)
一、推销高手的推销绝招	(200)
二、如何用电话进行约见推销	(201)
三、推销员上门推销的技巧	(203)
四、推销员推销工作的基本步骤	(205)
五、抓住客户心理的四种推销方式	(206)
六、推销员应使用录音电话进行推销	(208)
七、怎样对待客户的拒绝	(208)
八、电话推销二十秘诀	(210)
九、推销实战操作的诀窍	(211)
十、现代流行的推销模式	(215)
十一、成功推销的五大技巧	(216)
十二、卓有成效的推销战术	(220)
十三、推销员巧妙促销方法	(223)
十四、如何准备一份周全的客户名单	(224)
十五、巧用电脑进行推销	(227)

十六、推销最后促成的专业技巧	(228)
第七章 营销人员商务谈判力的提升训练	(230)
第一节 了解谈判对手	(230)
第二节 稳扎稳打 沉着应战	(232)
一、勇下战书	(232)
二、积极准备	(236)
三、展开战势	(238)
四、介绍自己的商品	(241)
五、价格谈判技巧	(244)
六、交涉诀窍	(248)
七、策略运用	(255)
八、努力合作	(270)
九、巩固战果	(275)
第三节 恰当运用谈判策略	(276)
一、问候时不可带小工具	(276)
二、要即时控制顾客	(277)
三、捕捉信息即时把握良机	(277)
第四节 胜战秘诀	(282)
一、利用私人关系	(282)
二、保持良好态度	(284)
三、保持谦敬	(286)
四、掌握谈吐技巧	(290)
五、掌握时机	(293)
六、接待主动上门客户的诀窍	(294)

七、使初次见面的顾客变成“老朋友”	(296)
八、把顾客本身的事问出来	(297)
九、善于利用顾客的感情	(298)
十、留住顾客的三部曲	(298)
 第八章 营销人员文案写作力提升训练	(301)
第一节 商业计划书的写作	(301)
第二节 促销方案书的写作	(311)
第三节 营销策划书的写作	(315)
第四节 营销企划案的写作	(317)
第五节 广告计划案的写作	(322)
第六节 市场营销计划书的写作	(325)
第七节 销售计划书的写作	(328)
第八节 业务员推销手册的写作	(334)
第九节 市场调查报告的写作	(336)
第十节 新产品市场开拓计划书的写作	(339)
第十一节 企业营销分析与对策书的写作	(342)
第十二节 营销绩效评估分析报告书的写作	(345)
第十三节 营销产品推介书的写作	(353)
第十四节 商品买卖合同书的写作	(357)
第十五节 售后服务协议书的写作	(359)
第十六节 厂家与经销商（地区总经销）协议书的写作 ..	(365)
 第九章 营销人员工作规划力提升训练	(372)
第一节 做好工作计划	(372)

一、工作计划的制定	(372)
二、工作计划应用表格	(375)
第二节 做好日常工作管理	(378)
一、确定工作优先次序	(378)
二、决定工作程序的方法	(382)
三、改善日常工作管理的应用表格	(386)
第三节 加强时间管理	(391)
一、时间使用的误区	(391)
二、提高时间效率的六种专门技术	(392)
第四节 提高工作效率	(394)
一、办公桌的整理	(394)
二、邮件的整理	(395)
三、电话的使用	(395)
四、洽谈时间的掌握	(399)
五、名片管理	(402)
六、自我管理	(407)
七、掌握操作程序, 提高工作质量	(412)
八、掌握交谈技巧	(413)
九、提高工作效率应用表格	(415)
参考文献	(423)

第一章 营销人员 心理承受力提升训练

第一节 如何面对工作压力

每一个营销人员，特别是刚刚参加工作不久的一线营销人员，经常会感受到巨大的工作压力。比如，一个月的时间过去了，你的销售任务刚刚完成一小半。又比如，访问了 10 个客户，却吃了 5 次闭门羹。尤其是当你的同事们都取得了相当不错的成绩，只有你仍毫无起色的时候，就自然会产生一定的压力。

如何化解工作压力，是每一位营销人员的基本功。

一、充分检查和分析自己是否适合营销工作

面对压力该怎么办？

首先必须对自己进行全面的评价，了解一下自己的真面目，看看自己是否适合营销工作，因为并不是每一个人都能够胜任一线营销工作的。

其次是检查一下自己的工作准备是否充分，内容包括自身的心理备战状况、产品知识、客户资料和市场情况。

最后再分析一下分配给自己的营销任务是否过于繁重、过于艰难。

二、充分检查自己是否胜任营销工作

全面了解自己是为了增加自信心，更好地发挥自身优势、克服缺陷与不足。

1. 思想素质

营销人员必须具备良好的思想素质，包括认真负责的工作态度、高尚的职业道德、吃苦耐劳的工作作风以及对公司的忠诚度和认同感。能够做到为企业尽职尽责的同时，对顾客高度负责。一个不热爱营销职业、缺乏责任感、好逸恶劳的人根本就不适合营销工作。

2. 业务素质

业务素质，一方面要求具备扎实、丰富的产品知识以及对企业、对市场 and 客户的全面了解和掌握；另一方面是具备开拓进取的业务能力，包括善于分析策划、有市场触觉和视野、善于广交朋友、有建立人际关系网等能力。

3. 技巧与才能

要求具备全面的营销技巧与才能，思维敏捷、反应灵活、逻辑性强、头脑清醒、随机应变、态度大方，能够对市场运作、客户行为和心理进行理性的观察、判断，在时间管理、资料收集、客户跟踪等作业过程中既能遵从操作指引，又能灵活适应具体情况的变化，在与人的沟通交流中举止适当、谈吐文雅、口齿伶俐、表达清晰。缺少这些营销基本能力就很难适应不断变换的客户和市场环境，无法取得客户的认同和信任，工作起来势必事倍功半。

4. 个性特征

个性特征包括个人的兴趣、理想、价值观、能力、专长等，特别是心理活动和行为表现的气质和性格倾向。比如活泼、好动、敏

感、反应迅速、精力旺盛的人比安静、稳重、反应迟缓、沉默寡言或易于冲动、缺乏理性的人更加适合营销工作。

5. 身体素质

身体素质包括身体健康状况和承受劳累的程度。由于一线营销工作节奏快、效率要求高、经常出差、食宿没有规律,因此对身体的素质要求相当的高,没有健壮的身躯和任劳任怨的承受力就难以长时间从事营销工作。

以上归纳总结见表 1-1。

表 1-1 自我检查表——是否胜任工作

思想素质	职业观念、职业道德、工作作风和态度、忠诚度和认同感
业务素质	专业知识和阅历、基本的业务能力
技巧与才能	思维敏捷、随机应变、逻辑性强、表达力丰富
个性特征	外向与内向、理性与冲动、敏捷与迟缓、性急与性慢
身体素质	健康状况、吃苦耐劳

三、准备工作是否充分全面

我们要学会对每一阶段的工作准备情况进行分析(见表 1-2)。

表 1-2 自我检查表——准备工作是否充分

心理备战	思想准备、放松神经
知识准备	产品知识、企业情况、销售政策
客户资料	需要、动机、习惯、决策过程
竞争情况	市场竞争、竞争对手

面对工作压力不能够仅仅从外部寻找原因和借口,很多情况是由于自己的准备工作不够充分、不够全面而导致失利。通常在展开一项营销任务的时候需要在以下四个方面进行准备。

1. 心理备战

在接到新的营销任务或每一次与客户见面之前，都需要在心理上进行准备，一方面是对可能遇到的困难做好思想准备；另一方面是情绪上进行调整，包括充足的睡眠、放松的心境、平和的追求。

2. 产品知识和企业背景

要熟练掌握产品的性能、质量、特点、用途、使用方法、维修、保养等知识，充分了解企业的现状和行业地位以及公司的销售政策、定价策略、服务项目、产品交付途径、付款方式等内容。

3. 客户情况和资料

要了解客户的购买动机、习惯和心理，特别是购买决策者的心态。

4. 市场竞争情况

竞争对手的情况，包括产品特点、质量、价格、服务等。

四、营销任务是否过重

即使你完全具备了营销者所需要的素质，并且事前做了充足的准备，你仍然可能感受到工作压力，原因是营销任务过于繁重（见表1-3）。

表1-3 自我检查表——营销任务是否过重

市场竞争状况	竞争对手、新产品、竞争策略
客户因素	地区差异、行业差异、规模差异、时间差异
产品因素	产品的竞争优势、产品的缺陷与不足
任务分析	数量指标是否定得太高

我们每一个人都容易犯经验主义的错误，以为别人曾经做到的我也应该能做到，自己以前能够完成的任务现在也一定能完成。因