

顶尖推销员实战金典

TUI XIAO LIU YI

锤炼销售能力
提升实战技巧

推销

TUI XIAO
LIU YI

六艺

◆资深营销专家◆

周传林 李向晖/编著

TUI XIAO LIU YI

企业管理出版社

推销 六艺

TUI XIAO LIU YI

周传林 李向晖
编 著

企业管理出版社

图书在版编目(CIP)数据

推销六艺/周传林 李向晖编著.

- 北京: 企业管理出版社, 2002. 11

ISBN 7-80147-800-2

I. 推… II. ①周…②李… III. 推销-方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 094337 号

书 名: 推销六艺

作 者: 周传林 李向晖

责任编辑: 肖震东 技术编辑: 穆子 晓光

书 号: ISBN 7-80147-800-2/F·798

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-ceda.org.cn/cbs>

电 话: 出版部: 68414643 发行部: 68414644 编辑部: 68701408

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

印 刷: 北京飞达印刷有限责任公司

经 销: 新华书店

规 格: 850 毫米 × 1168 毫米 大 32 开 15.5 印张 270 千字

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

定 价: 29.80 元

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换

前 言

推销是一种技能,而高效的推销是一门艺术。

《推销六艺》是一本推销人员提高推销技巧和自我素质的实战宝典。本书共分上、下两部分,从推销活动的全过程入手,将推销员的行为和技艺归纳为六个方面,即:推销观念、推销心态、推销员素质、推销技巧、推销洽谈、推销服务。书中比较全面、系统地阐述了推销活动的精髓,以及作为一个优秀推销员所应具备的个人素质与应该掌握的推销技巧,是各大公司、私营企业推销人员的必备宝典。内容涉及了大量超越不同时代、地域的推销实例和理论,涵盖了大部分推销上的难题,希望它所表达的“睿智”原则在不同的方面能给予读者以深刻的启迪。

本书的主要特点有:

一、比较成功地把握住了当今时代的脉搏。在新世纪初,随着我国市场经济体系的不断完善和中国加入 WTO,市场竞争达到了白热化的程度,已由过去的商品不能满足广大消费者的需求转化为今天的消费者自由选择自己所需的商品。因此,推销员必须设法以最方便、最吸引人的方式向买主介绍自己的商品,必须研究推销之道。《推销六艺》就是在这一背景下应运而生的。

二、内容丰富,结构严谨。作者成功地把自己多年从事推销工作和教授成功心理学课程的经验,以及在推销领域的众多学术成果汇集起来,进行归纳整理,构成了较完整的思想体系。在本书的六部分内容中,观念篇阐述了在目前科技大发展和超级竞争的时代里,一名优秀的推销员所应具有的全新推销观念;心

态篇从心理学角度入手,阐明在推销过程中一名优秀推销员所应具有和应该培养的积极心态,以完善推销员的自我心理素质;素质篇阐明了一名优秀推销员所应具备的基本素质和良好的习惯;技巧篇则阐述了怎样灵活运用各种有效的推销技巧,以最具有效率的方式来达成最终的销售目的;洽谈篇阐述了怎样运用高效的语言与顾客进行洽谈;服务篇阐述了售后服务的重要性及妥善处理售后服务的具体方法。

三、在讲解中采撷了中外大量生动的实际事例,并力求贴切实用,通俗易懂。书中探讨了丰富多彩的推销技巧与推销手法,集中展现了现代销售工作中的致胜奥秘与赢家策略,使本书熔科学性、实用性、操作性于一炉,集知识性、可读性、趣味性为一体,是每一位推销员必不可少的读物。

把握时代脉搏,凝聚经验、智慧,给人以思想启迪和行动指引,是我们编著此书的源动力。

本书在编撰过程中得到了海尔北京分公司朱立峰和企业管理局出版社编辑同仁的大力支持,清华大学吴启华教授也多次给予了宝贵指导,在此一并表示衷心的感谢!

本书不足之处在所难免,恳请同行朋友提出宝贵意见!我的联系信箱是:2000LXH@FM365.com。

——编者

2002年元月于北京

上 部

第一章 观念篇

松下幸之助言：“现代经营者，必须有先见之明，不断创造新的经营方式，来领先时代。”事实的确如此，新概念市场推销规律是：今天旺销之时，也是明天滞销的开始。精明的推销员都善于从流行之中创独行、从众行之中求反行、从丰足之中寻空点、从热门之中寻冷门……市场竞争的内容不断扩大，竞争的激烈程度不断增强，竞争的局面异常复杂。要想在市场上赢得主动，首先必须在推销观念上进行调整。如此方能走遍天下，立于不败之地。

1. 现代的推销观 5
2. 利润至上观 11
3. 要赚大多数人的钱 14
4. 做客户的发财树 17
5. 让自己人满意 19
6. 推销员的金钱观 22
7. 推销中的 80:20 法则 25
8. 推销需要思考 30
9. 探索消费者行为的新趋势 33
10. 推销中的反向思维 41
11. 危机与转机 43
12. 超级推销员如何面对“问题” 45

第二章 心态篇

有一句流行语：心态决定一切！这句话同样适用于推销这个行业。人们怎么看自己，就会有怎样的行动，就会产生截然不同的后果。每一个推销员都必须保持积极进取的心态。在向任何人推销产品之前，首先必须相信自己能够做成这桩买卖。每天都要不断挖掘自己的自信，并把它们积极地表现出来。因为，如果你不相信自己，不相信你的公司和你的产品，那么你也无法让别人相信它们！

13. 我们都是推销员	51
14. 推销员是勇敢者的职业	54
15. 拥有推销的积极心态	58
16. 要有坚定的推销信念	66
17. 推销需要热情	70
18. 热爱最根本	78
19. 自信创造成功	82
20. 成功从行动开始	86
21. 愈成功，愈愉快	93
22. 推销员应学会心理暗示	96
23. 要有被拒绝的心理准备	98
24. 不再因拒绝而退缩	100
25. 继续寻找新的销售机会	107
26. 战胜自己	109
27. 克服畏惧心理	111
28. 克服怯场心理	114
29. 治好推销前的软弱病	118
30. 掌握勤字诀	121

第三章 素质篇

推销员除了具有勃勃的雄心外,还必须具备从事这项工作的基本素质,这是走向成功的基本条件。推销过程就是一个信息传递过程,推销员要以自己丰富的学识、生动的语言和过人的魅力来感染顾客,改变顾客态度从而使其接受商品。所以,一名优秀的推销员就要在自己的工作中不断地进行自我训练,严格要求自己,努力学习,提高自己的综合素质。

31. 推销员的性格特征	127
32. 推销员的能力构造	130
33. 推销员的基本礼节	132
34. 推销员应具备良好的业务素质	139
35. 推销员能力三“磨炼”	148
36. 有效率地管理时间	151
37. 进行良好的自我规划	155
38. 推销员应该有诚信	162
39. 推销员应具有爱心	169
40. 要学会消除自身令人讨厌的因素	171
41. 养成良好作风的自我训练	176

下 部

第四章 技巧篇

推销是一种以最方便、最吸引人的方式向潜在的购买者介绍商品的艺术。在消费者决定市场推销的今天,应该是顾客喜欢什么,就推销什么。但搞市场推销主要不在于卖什么,而是在于怎么卖。推销的方式不同,效果也就会有所差别。买卖的成功是双方的行为,只要不欺诈顾客而又能使推销成功,各种技巧都是可以尝试的。

42. 引诱推销法	183
43. 抓住心理法	188
44. 妙用人性法	192
45. 欲擒故纵法	196
46. 以退为进法	199
47. 顾客占有率推销法	202
48. 利用人情法	204
49. 倾听法	206
50. 悬赏捉劣法	209
51. 自我推销法	211
52. 公关推销法	215
53. 展示推销法	221
54. 顿悟推销法	224
55. 运用 AIDMA 法则	227
56. 频见短谈推销术	231

57. 诚心致谢推销术	233
58. 清楚老板, 讨好心腹	235
59. 替商品说好话	238
60. 让产品情感沟通顾客情感	241
61. 找出客户的“樱桃树”	244
62. 利用满意客户群	248
63. 重视推销时所碰到的每一个人	251
64. 了解并善用顾客的喜好	254
65. 再访客户的二十种借口	257
66. 由答案想问题	264
67. 造势技巧	267
68. 接近顾客的技巧	270
69. 如何设计有创意的开场白	277
70. 打破心墙的技巧	279
71. 对付“以战取胜”的谈判对手的方法	281
72. 成功成交策略	284
73. 数据王牌	289
74. 把握推销六阶段	292
75. 长于虚拟, 无中生有	297
76. 虚张声势, 制造紧张氛围	301
77. 灵活提高定价策略	306
78. 制定恰当的目标	314
79. 设法保持良好的身心状态	317

第五章 洽谈篇

在推销中,精妙得体的语言具有无穷的力量。语言是推销的媒体,但是,推销员面对的不是无生命的石头,更不是来去无踪影的风,而是有生命、有感情的顾客,推销洽谈的关键在于激起顾客的共鸣,进而认同推销员和他的商品。洽谈的语言能否准确地传递商品的信息,激起顾客的购买欲望,是推销成败的重要所在。

80. 语言艺术	323
81. 赞美的力量	326
82. 学会抬举,不吝恭维	332
83. 如何取悦不同类型的顾客	335
84. 利用感情进行推销	338
85. 引用小故事说服客户	342
86. 通过举例说服客户	345
87. 寻找共同话题	348
88. 成功洽谈话语的要点	354
89. 从“No”到“Yes”	357
90. 运用易于接受的说法	359
91. 迷住你的顾客	362
92. 避免使用易导致洽谈失败的语言	366
93. 聊天也可以创造业绩	369
94. 洽谈要选择合适的地点	372
95. 创造融洽的气氛	378
96. 赞美要有分寸	382
97. 把抽象利益具体化	384
98. 防止顾客作茧自缚	387

99. 站在同一高度	390
100. “考虑一下”意味着什么	393

第六章 服务篇

成交并不意味着推销的结束。在推销中,“出售”和“服务”这两个词是紧密相连的,我们不能将它们区分开,因为我们不能在失去一个的时候还得到另一个。在今天竞争日趋激烈的市场中,推销员必须明白“推销就是服务”。服务是以“质”为重,而不是以“量”取胜,即使是百分之一的次品,对顾客来说也是百分之百的灾难;礼貌绝对不是古板,也不是形式,而是推销过程中不可或缺的润滑剂;销售前的恭维不如销售后的服务,这是制造永久顾客的永恒法则。

101. 最好的推销就是服务	399
102. 优良的服务就是优良的推销	402
103. 不能只开门而无服务	404
104. 推销与服务相结合	407
105. 提供优质服务是值得、划算的	410
106. 完善的售后服务	414
107. 售后服务内容	416
108. 想顾客之所想	423
109. 服务也要有所为有所不为	428
110. 服务、服务、再服务	431
111. 千万别放过帮助顾客的机会	436
112. 欢迎顾客的抱怨	439
113. 寻找顾客退货的原因	444
114. 让顾客终生满意	447
115. 贴心服务	450

116. 关心客户	452
117. 负责到底	455
118. 建立顾客档案法	458
119. 拉住老顾客法	460
120. 退换商品法	465
121. 广纳客户意见法	467
122. 跟踪服务法	471
123. 与人方便法	473
124. 利用顾客购买纪录法	475
125. 寄谢函法	477
126. 寄贺卡法	480

上 部

第一章 观念篇

松下幸之助言：“现代经营者，必须有先见之明，不断创造新的经营方式，来领先时代。”事实的确如此，新概念市场推销规律是：今天旺销之时，也是明天滞销的开始。精明的推销员都善于从流行之中创独行、从众行之中求反行、从丰足之中寻空点、从热门之中寻冷门……市场竞争的内容不断扩大，竞争的激烈程度不断增强，竞争的局面异常复杂。要想在市场上赢得主动，首先必须在推销观念上进行调整。如此方能走遍天下，立于不败之地。

