

本書是壽險行銷專家二十年來的致勝心得

推銷起跑

允晨文化/

企業人

7

◎ 李紀宏譯

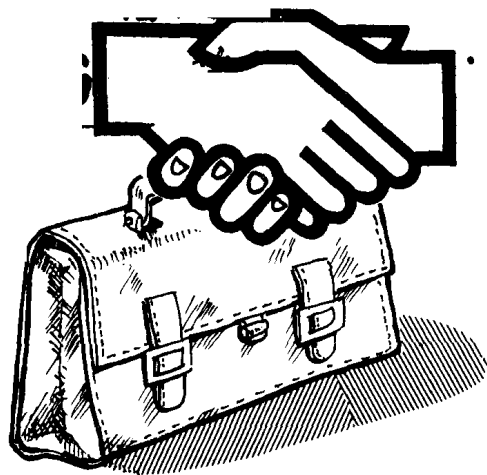


當您在推銷起跑線上準備衝刺時，別忘了，先檢查一下您的裝備：

- 人際關係網路是否良好？
- 熟悉面談技巧嗎？
- 能接受拒絕的挫折嗎？

推銷起跑

一部從事壽險業者精研行銷計劃的教材



譯者簡介：

李紀宏，民國三十四年生，台灣台中縣人，淡江大學日文系畢，現任新光人壽研究室資料組主任。本書各內容係收集國內外有關推銷壽險的雜誌或專書，結合其精華而成，曾於《新光教育通訊》月刊刊載過，博得有志從事推銷業者一致贊同。譯者多年來從事相關教材的編譯工作，為提供各推銷業者一具體完整的行銷計劃，特收集成書，以供各業者參考。

企業人 7

推銷起跑

譯者/李紀宏

發行人/林伯峰

出版/允晨文化實業股份有限公司



地址：台北市南京東路三段21號11樓

●服務電話：5072606 (代表)

●FAX：886—2—5074260

●郵政帳號：0554566—1

排版/健弘電腦排版股份有限公司

印製/唐山彩色照相製版有限公司

顧問/蔡欽源、邱賢德律師

登記證/行政院新聞局局版臺業字第2523號

出版/中華民國七十七年六月

定價/140元

11F, NO. 21, NANKING E. RD., SEC. 3,
TAIPEI, TAIWAN, R.O.C.

序

隨着時代科技的進步，產業結構、經濟型態也發生了極大的改變，使得推銷工作逐漸受到大眾的重視，也成為今日行銷的主要潮流。在這競爭激烈的社會，想在推銷行業中出人頭地，除了要有專精的知識、敏銳的目光之外，更須要具備高明的推銷技巧，才能開啓顧客的心扉，創造輝煌的事業。

目前市面上有關推銷方面的書籍甚多，但有些譯自國外資料的書籍，因譯文生澀，或沒有依照本國國情、習俗而撰寫，使讀者往往難以接受。

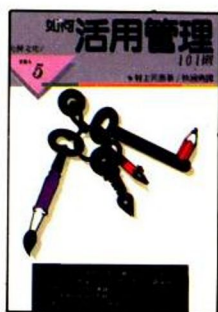
因此，本書行文語句力求淺顯易懂，並舉實例加以說明，使有志從事推銷工作的朋友，了解如何應用各種的技巧，以達到推銷為目的。倘若能夠掌握要領，並反覆做推銷演練，必能吸收許多新而實用的推銷技巧，對業務的拓展，將獲益匪淺。

本書共十餘萬字，從推銷入門開始。依序分〈如何建立良好的人際關係〉、〈做好訪問前的準備〉、〈面談的技巧〉、〈推銷心理學〉、〈直衝訪問的要領〉、及〈顧客拒絕之應對策略〉六大章，在理論及實務兩方面多有闡述。

最後，筆者才疏學淺，倘有疏誤之處，尚祈先進賢達不吝指教。

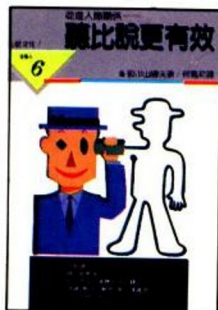
李紀宏
謹識

好書推薦



企業人 5 如何活用管理 101則

- 管理、調整、控制的秘訣
 - 個人、家庭、生活管理術
- (定價：140元)



企業人 6 促進人際關係 —— 聽比說更有效

讓您在工作的上更能得心應手
(定價：100元)

企業人

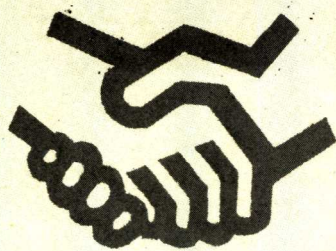
7

GOOD LUCK

把過去的，交給歲月；

把未來交給您自己的雙手吧！

——從前的錯誤就是將來的智慧——



7/14/37/02

目錄

第一章 如何建立良好的入際關係

• 推銷的第一步——問候 / 3

• 與人交際的要領 / 8

• 業務上的往來始於人際關係 / 16

• 新人在公司應有的態度 / 23

第二章 做好訪問前的準備

• 訪問前的準備工作 / 33

• 商店街適當的訪問時間 / 38

• 如何有效運用情報 / 50

• 如何有效利用電話 / 57

• 直衝訪問要有勇氣與信心 / 62

• 自信為推銷成功之本 / 69

• 推銷員在年末、年初應有的對策 / 75

第三章 面談的技巧

• 成功話術30則 / 85

• 喚起顧客聆聽的原則 / 107

• 提高面談效率的方法 / 115

• 提高面談效率的要點 / 127

第四章 推銷心理學

• 人際關係取決第一印象 / 137

• 推銷與緣份 / 142

• 以行為語言博取好感 / 153

• 發揮你的創造力 / 160

• 如何有效掌握銷售契機 / 170

• 有效強化印象的方法 / 177

• 推銷成功的三個條件 / 183

- 透視顧客心理——讀心術 / 190

第五章 直衝訪問的要領

- 消除訪問畏怯症 / 203
- 擴大交際範圍，建立良好人際關係 / 205
- 一藝在身，勝積千金 / 206
- 使用客戶喜歡的語句 / 208
- 不要有求功心切的心理 / 211
- 建立接近訪問的程序 / 213
- 以名片做接近話術 / 214
- 經由客戶「探客」的技巧 / 220
- 常在有意視為客戶的商店購物 / 224
- 再訪的時機 / 226

第六章 顧客拒絕之應對策略

- 如何做好心理準備 / 233
- 處理顧客拒絕之範例 / 235

沒錢投保	／	235
已經投保很多	／	236
以不必要為理由來拒絕	／	238
有熟人在保險公司	／	245
我現在很忙	／	246
以投保划不來為理由來拒絕	／	247
以尚須考慮為理由來拒絕	／	250
不吉利	／	252
討厭保險	／	252
時間太長	／	253
怕貨幣貶值	／	254

◎第一章

如何建立良好的人際關係

推銷的第一步——問候

一、先向對方問候

對推銷員而言，平日要有良好禮節，經常親切地與人打招呼，才能獲得大家的好評及溫馨的友情，這是決定推銷成功的重要關鍵之一。一位推銷員不會適時地向顧客問候，缺乏應有的禮儀，猶如沒有教養的人一般，會影響別人對您的觀感，你就不可能成為傑出的推銷員。

按照一般的慣例，當兩人相遇時，由地位較低的人或是晚輩，先向長輩或上司打招呼問候。但是，對推銷員來說，這種方法不一定行得通，無論如何要養成主動跟對方打招呼的習慣，讓對方留下良好的印象。

當您在不同場合遇到鄰居、熟人、同事或朋友時，必須儀表端莊、談吐高雅、態度誠懇地向對方打招呼，使對方留下深刻印象。如此，日積月累自然在

人羣中建立起自己的聲名。

二、問候的方式

平常我們在搭乘電梯、飛機、輪船、火車、汽車等交通運輸工具，或觀賞體育競賽、聆聽音樂演奏時，可以趁機面帶笑容的跟鄰座打招呼，如此，會拉近彼此間的距離。親切的招呼是和諧人際關係的潤滑劑，易取得對方好感，也許經過這一次的交談，對方亦可能成為理想的銷售對象，或提供有價值的情報！

要能順利的拓展業務，維持良好的人際關係應該注意下列有關的問候事宜。

(一)書信問候（每季勿忘寄上問候書信）

推銷員如果語文有根基、書法工整，每星期總要撥出一部分時間，利用書信聯絡以獲得顧客的訊息。將一封充滿關懷、措辭適當、語氣懇切動人、行文

流暢的問候信箋，由綠衣使者傳遞至對方住宅，可讓對方較有充裕的時間閱讀。如果想吸引對方注意，使用別緻的信封，也是一種有效的表達方式。推銷員要設法取得顧客家族成員的姓名、出生日期，逢年過節時適時郵寄一份月曆、賀年卡去問候，有助於進一步的交往。

一般而言，問候信函可依下述結構撰寫：

開頭語↓季節性寒暄↓問候生活起居↓本文↓結束之客套語↓日期↓簽名等。

(二) 親自問候（遇到下列事項時應親自問候）

(1) 遭到天然災害時：

天有不測風雲，人有旦夕禍福，顧客遭受到天然災害時，例如水災、旱災、颱風、火災、地震等天然災害，而受到重大損失時，要立刻致關懷問候之意。

(2) 對方生病住院時：

社會文明愈進步，因交通擁擠所發生的意外事故、公害污染及罹患成年病

而住院的機會也隨之增加，攜帶水果、鮮花、奶粉、慰問卡去探望慰問較為適當。

(3) 對方有婚喪喜慶時：

若顧客家中有慶賀生日、結婚、分娩、開業、新居落成、畢業、榮昇、財務遭竊或喪事等都要適時的去慶賀或慰問。

(4) 年節時候的拜訪：

在我國傳統的習俗中，如過年、青年節、清明節、中秋節、教師節、雙十國慶、光復節、元旦等節日，各機關均放假，可利用此休假日拜訪久別的至親好友，會增進彼此間的情誼。

(三) 電話通訊問候（偶而撥電話問候，增進友誼）

電話是推銷員與顧客間的橋梁。原則上電話問候的時間要精短、語調要平穩、出言要從容、口齒要清晰、用字要妥切。推銷員與顧客的距離，有時雖然相隔遙遠，偶而不妨撥個長途電話，以關懷的聲音說：「嗨！您最近怎麼樣了，好嗎？」對方接到遠方朋友來電，心中沒有比這更感到高興的了。