

現代市場工商實務叢書

推銷員+營業主任+經理+信用+商品=

銷售力



現代工商出版社

銷 售 力

推銷員＋營業課長＋經營者＋商品＋信用

植 田 弘 著
會 松 齡 合譯
林 宗 禧

現代工商出版社

現代市場工商實務叢書

出版者：現代工商出版社

香港電器道二三九號十二樓

承印者：冠華印刷公司

九龍官塘天書街48號地下

2 4425 801

銷 售 力

推銷員＋營業課長＋經營者＋商品＋信用

植 田 弘 著
會 松 齡 合譯
林 宗 禧

現代工商出版社

現代市場工商實務叢書

出版者：現代工商出版社

香港電器道二三九號十二樓

承印者：冠華印刷公司

九龍官塘天香街48號地下

2 4425 801

原 序

銷售力的本質是什麼？這是本書所要討論的要旨。

先前我所寫的一本「運用腦力的銷售」強調發展銷售額的決定因素，而此書專討論銷售活動的原動力——銷售力。在本書中，把銷售力分析爲五種原動力，試從其個別的力量與綜合的力量，探討其長處與短處。又爲了把抽象的事物表達得更具體，整理出評價要素，加以評價運用。

「銷售」在今日的經營當中，佔着極其重大的份量，而以技術力、生產力爲中心，來發展營業的時代早已過去了。

老是沉緬在昔日的情景而忽略了銷售研究與努力，遇到市況不景，就慌亂不知所措。

許多企業在憂心如焚地大聲呼籲：「非設法改進銷售不可。」但苦於想不出一點辦法來。爲什麼會這樣？主要原因在於未能摸清銷售力的本質。

再說，有很多經營者口口聲聲責怪站在第一線的推銷員，不能遵照他的意思活動而感到懊惱，其實，這是關係着整個公司的問題，怎能光怪推銷員不好？在這樣的經營者下工作的推銷員却說，都是因為領導者的領導無方，用人不得要領，所以不能賣力工作，這是嚴重的代溝問題，是經營者與推銷員之間，所存着的隔膜。

經營者根本沒有研究過領導、指揮、統御等所謂人事管理驅策羣體的基本原理，難怪提不起工作慾望，上下互相攻訐，以致不能發揮全力。

更進一步言，從商品、信用方面來研究銷售力的話，不難發現，相互之間有着密切的關連，同時，還可以瞭解集結團體戰力是多麼重要的一件事，把這些問題整理成一張評價表，加以推敲研究，銷售的本質自然一覽無遺了。

原著者謹識

目 錄

銷售力之分析

銷售力的本質.....十五

銷售力的五大原動力.....十七

評價的四要素.....十九

有關評價表.....二〇

錄 1 推銷員的銷售力

1 自我管理——心理準備.....二三

5 目 銷售人士的條件.....二三

工作熱忱測定表·····	二五
做好份內的工作·····	二八
經常懷着問題意識·····	三二
擴大視界·····	三四
2 技能開發——實力 ·····	三六
如何培養基本能力·····	三六
有關銷售週期·····	三九
行動計劃表加上體力·····	四一
精通商品知識·····	四五
扣人心弦的技巧·····	四七
3 發揮能力——活動力 ·····	五一
配合韻律的推銷術·····	五一
調整身心狀況·····	五二

2 營業課長的銷售力

1 自我形成——心理準備……………六九

扇形的放射性軸心立場……………六九

面子的價值……………七一

追求合理化……………七三

情報收集中心……………七五

打開僵局 mannerism……………五五

判斷、耐心、刺激……………五七

利用名單抓牢顧客……………六一

4 目標達成——成果……………六三

完成應負的責任……………六三

銷售力評價表(1)……………六六

成爲代溝的緩衝者·····	七七
2 人事管理——實力·····	七九
激發工作潛力的人事管理·····	七九
製造工作情緒的七原則·····	八二
骰型的六面意見·····	八五
指示目標集中的重點·····	八七
指揮要領·····	八九
3 企 劃——活動力·····	九三
確實的銷售預測·····	九四
將擴銷方策列入計劃·····	九七
簡易損益平衡點方式·····	一〇一
實績的反省與分析·····	一〇三
爲什麼不能創造利潤·····	一〇七

4 完全計劃——成果

達到預期的數字

銷售力評價表(2)

3 經營者的銷售力

1 管理——心理準備

做一個好導演

向部屬打招呼

實施實力主義

你的部屬患了肥胖症嗎?

信賞必罰

2 結合戰力——實力

發揮綜合戰力

..... 一一一

..... 一二二

..... 一二四

..... 一一五

..... 一一五

..... 一一九

..... 一二二

..... 一二三

..... 一二六

..... 一二九

..... 一三〇

鑒在命令的獨裁經營者.....	一三二
環境佈置完成否.....	一三三
擔任瓶頸突破班長.....	一三七
銷售促進與廣告之功能.....	一三九
3 必勝之戰略——活動力	一四一
三項必勝法.....	一四一
把握時機.....	一四三
遭遇難題的時候.....	一四五
爲將來佈局.....	一四八
如果要多角經營.....	一四九
4 短績發展——成果	一五二
結算利益與都屬的活動.....	一五二
銷售力評價表(3).....	一五五

4 商品的銷售力

1 有魅力的商品——心理準備……………一五七

特色在那裏……………一五七

灌輸商品印象……………一五九

領先的好處……………一六一

永遠暢銷的K公司……………一六三

如何獲得大勝利……………一六五

2 品質與價格——實力……………一六八

廉價出售優良商品……………一六八

技術可以革新……………一七一

紅花也要綠葉襯……………一七四

考慮運輸問題……………一七六

免除中間剝削……………一七九

3 容易銷售——活動力……………一八二

方便購買也容易銷售……………一八二

配合廣告宣傳潮流……………一八四

高效率……………一八六

商品準備與市場調查……………一八八

如果有了存貨……………一九〇

4 靠信心銷售——成果……………一九三

對賣有利的商品……………一九三

銷售力評價表(4)……………一九四

5 信用的銷售力

1 心的交流——心理準備……………一九七

信用的條件……………一九七

舉足輕重的企業印象·····	二〇〇
顧客的眼睛是雪亮的·····	二〇二
個人信用也有影響力·····	二〇四
最後關鍵在經營者·····	二〇六
2 資金的安定力——實力 ·····	二〇七
現款最有力·····	二〇八
銀行為靠山·····	二一〇
有效運用營業資金·····	二一四
不要被新產品吞滅·····	二一七
清除呆賬·····	二二〇
3 相互利益——活動力 ·····	二二三
以利益相結交·····	二二三
銷售網就是財產·····	二二四
銷售對象選擇基準線·····	二二六

動盪不已的信用關係.....二二七

連鎖店 Voluntary chain 的影響.....二二〇

4 同存同榮——成果.....二二二

同存同榮永垂不朽.....二二二

銷售力評價表(5).....二二五

■銷售力的評分法.....二二七

評定的方法.....二四〇

實例1：人各有異要發揮他的長處（推銷員推銷力評價）

實例2：運輸機、噴射機，轟炸機型（營業課長銷售力評價）

實例3：實行派、知能派、統制流的經營者（經營者銷售力評價）

實例4：經營者孤行的危機（生產商品製造商銷售力評價）

實例5：人才與信用是前任經理的遺產（消費批發商銷售力評價）

實例6：多角經營連鎖店的內容（消費商品零售店銷售力評價）

實例7：失敗前，失敗復興重建後（消費商品訪問推銷商銷售力評價）