

跟推销大师

一部无往不胜的推销圣经

对每个推销人员来说，热情是无往不利的，当你信赖你所推销的东西时，其他人必定也能感受得到。

高轶飞◎编著

攻心学

只有1%的推销员能够成为伟大的推销员，
99%的推销员只能是平庸者。

对推销员来说，最重要的并不是经验和技巧，而是成功的信念和心态，
我们的信念决定了我们80%的成功机会，我们观念的品质决定了我们推销的品质。

中國華僑出版社

跟推销大师学 攻心

高铁飞◎编著

一部无往不胜的 推销圣经

只有1%的推销员能够成为伟大的推销员，99%的推销员只能是平庸者。

是什么原因造成了这样巨大的差异？是推销技巧，

几乎每一个神来之

赢得了客户。

中国华侨出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

跟推销大师学攻心：一部无往不胜的推销圣经 / 高铁飞编著. —北京：
中国华侨出版社，2013. 3
ISBN 978 - 7 - 5113 - 3311 - 7

I. ①跟… II. ①高… III. ①推销心理学
IV. ①F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 053597 号

●跟推销大师学攻心：一部无往不胜的推销圣经

编 著/高铁飞

责任编辑/筱 雁

封面设计/智杰轩图书

经 销/新华书店

开 本/710×1000 毫米 1/16 印张 18 字数 220 千字

印 刷/北京溢漾印刷有限公司

版 次/2013 年 5 月第 1 版 2013 年 5 月第 1 次印刷

书 号/ISBN 978 - 7 - 5113 - 3311 - 7

定 价/32.00 元

中国华侨出版社 北京朝阳区静安里 26 号通成达大厦 3 层 邮编 100028

法律顾问：陈鹰律师事务所

编辑部：(010) 64443056 64443979

发行部：(010) 64443051 传真：64439708

网 址：www.oveaschin.com

e-mail: oveaschin@sina.com

前言



推销是一门技术，更是一门艺术，同时它还是一项充满挑战、充满艰辛，更蕴含着极大成功的事实，不管你信不信，世界上有 80% 的富翁都曾经是一名推销员，推销作为一种职业，既能充分锻造、发挥个人能力，又能充分实现个人的价值。

成为一名推销大师，跻身于“千万俱乐部”、享受来自四面八方的掌声和赞誉，是每一位推销员梦寐以求的目标。然而，99% 的推销员注定只能是个平庸者——他们不分寒暑、顶风冒雨地穿梭在大街小巷，时而汗满胸膛，时而被风雨淋湿了衣裳，却收入微薄，仅够糊口之用；而只有 1% 的人才能成为推销大师，轻松地开展各种业务，成为令人艳羡的富翁。为什么会这样？为什么同样做的是推销工作，为什么同是在一个行业中摸爬滚打的人，差别就这么大呢？那些已然成功的推销大师告诉我们：因为大多数人不懂得推销！换言之，我们在推销技巧、推销方法上与人家有着天壤之别！

细节决定成败，谁做好了销售细节，谁拿下了客户的“芳心”，谁就会成功！随着信息共享的程度越来越高，许多推销员的推销手段越来越相似。如果说一个神来之笔的推销是通过“巧劲儿”战胜了消费者，那么注重推销过程中的每一个细节，则是这种“巧劲儿”的落实与体现。当推销无法靠出奇出彩制胜的时候，细节的较量便极为重要。推销

在未来的竞争主要表现为细节的竞争，细节的竞争才是最终和最高的竞争层面。通过对每一个推销细节细致入微的把握，最终俘获客户的心。从这一点上来说，成功的推销模式也不可复制。

然而，许许多多的推销误区常常会妨碍我们取得成功，常有一些推销员朋友因为说错话、办错事、用错了推销方法而丢失了客户的心，导致推销失败。本书针对这种情况，分步骤地向大家讲解了从“准备推销”到“结束推销”每一步中的推销策略，以及容易令我们疏忽大意的错误，希望朋友们能够从中吸取经验、吸取教训，最大限度地提高自己的推销成功率。

在这里，我们还将看到那些闻名遐迩的推销大师是如何像变魔术一般，把一个个几近不可能的订单变成了可能，真的，他们的故事不得不令我们拍掌叫好！通过这一系列的内容，朋友们便可以了解纷繁复杂的商业行为背后的真相，可以了解推销工作的种种技巧，进而一步步走向成功。

我们真诚地希望推销员朋友们在读过本书后，可以对推销工作有一种全新的领悟，能够更好地开拓自己的职业生涯，让自己的每一点付出都获得丰厚的回报！让自己有朝一日也成为一名推销大师！

目录



推销第一步

为心淬火,让人喜欢先要自己欢喜

大师说：对每个推销人员来说，热情是无往不利的，当你用心灵、灵魂信赖你所推销的东西时，其他人必定也能感受得到。

——玫琳·凯

对推销员来说，最重要的并不是经验和技巧，而是成功的信念和心态，是我们的信念决定了我们 80% 的成功机会，是我们观念的品质决定了我们推销的品质。因此，作为一名推销员，我们必须不断地自我激发，有了良好的信念和心态，成功自然就会到来。

带着勇气上路 / 2

你要像那一把火 / 4

所谓面子，根本毫无意义 / 9

我做推销我骄傲，我为客户送需要 / 14

要想别人信你，首先你得自信 / 16

推销别怕有困难，千难万阻只等闲 / 19

被拒绝 100 次，就准备好第 101 次 / 22

滴水可以穿石，不放弃就有成绩 / 24

推销第二步

找有缘人,活络一切关系为你作嫁衣

大师说：知识 + 人脉，关系网才能获得成功

——陈安之

“把产品推销给谁？”这是一个很棘手的问题。没有人会把对产品的需求写在脸上。有些人苦苦等待你上门签单，你却视而不见；有些人根本没有这方面的需求，你却穷追不舍。这有点像“南辕北辙”的故事，因为你没有搞明白“把产品推销给谁”这个问题，目标错了，方向错了，努力越多，离目的地越远。练就一双慧眼，发现潜在的需求，打造一支高质量的准客户“部队”，这是推销的“王道”。

要知道，客户就在你身边 / 28

时时找客户，处处拉关系 / 30

绝不放过一家一户 / 32

做“多情人”，找“第三者” / 35

任何人都不能小瞧 / 41

好记忆会给你带来好生意 / 45

培养亲和力，做他喜欢的人 / 48

约见一定要讲究，才能让他肯接纳 / 53



推销第三步

整装待发,满足对方以貌取人之心

大师说：顶尖的销售人员在进门的那一瞬间，就可分辨出来。

——汤姆·霍普金斯

知道吗？在我们与客户见面的一分钟内，客户心中有一个斗争，这就是和不和我们继续交谈下去，这一点或许我们没意识到，客户也没意识到，但是推销大师意识到了，所以有“形象吸引法”的推销技巧。也就是说，我们能不能走下去，能不能施展下面的销售技巧和智慧，就在这一分钟之内决定，所以，我们一定要设法用你的形象去引起客户的注意。

你的形象价值百万 / 60

客户都是以貌取人的 / 63

衣着得体，客户爱你 / 66

疏忽卫生小细节，引来客户大不快 / 69

举止关乎修养，无礼让客户厌弃 / 72

小小的名片，大大的讲究 / 75

与客户约会，要比与情人更谨慎 / 78

没有好脾气，就做不成好生意 / 82

你对他笑，他也会对你笑 / 85

推销第四步

装点语言,一张嘴就让人产生好感

大师说：与他人进行有效的交谈，并且赢得他的合作，这是那些奋发向上的人培养的一种能力。

——戴尔·卡耐基

口吐莲花是帮助推销员梦想成功的基本能力。拥有口才，不愁商品推销不出；拥有口才，不怕市场拓展不开。那些推销大师都是顶级的魔术师。他们仅用绝妙的语言技巧就能够将客户吸引住。就能够打动客户的心，让他们注意自己的商品。

有礼有节，满足客户被尊重的需求 / 90

一个好的开场白，预示着一段成功的买卖 / 93

别说让客户崩溃的傻话 / 98

让他们说，而我们听 / 102

让客户变得伟大起来 / 107

赞美虽好，但不要过度 / 110

撩起客户的心理惯性 / 114

说话要因人而异 / 118



推销第五步

诚恳殷勤,更进一步拉近心理距离

大师说：销售游戏的名称就叫服务，尽量给你的客户最好的服务，让他一想到和别人做生意就有罪恶感。

——乔·吉拉德

客户就是上帝，客户就是衣食父母，这已经不是什么新鲜的话题了。尽管许多推销员经常把这些经典之语挂在嘴边，但他们的业绩却不见有什么起色。道理很简单，那些经典之语不是说给自己听的，要想打动客户，你要说给他们听，做给他们看。光说不练不是好把式，不能做到一切以客户为中心，你就不是合格的推销员。

谨记，我们是为了赢得客户而非挑战客户 / 126

你对人家有情，人家才会对你有意 / 128

把客户谈成朋友 / 130

想他之所想 / 133

这样做才是为他着想 / 136

给人家值得相信的感觉 / 138

让他抱怨、让他发泄 / 142

化客户之戾气为祥和 / 146

推销第六步

慎独慎微,用小心换来人家大开心

大师说：如果你没有做好准备，你就准备失败。

——乔·甘道夫

推销往往是靠巧劲取胜，而注重推销过程中的每一个细节，则是这种“巧劲”的落实和体现。要知道推销是一种艰苦的工作，其中包括数不清的烦琐细节，有时一招不慎就会失去全局。因此，我们一定要听从推销大师的告诫：细节决定成败，谁把握好了推销细节，谁就会成功！

有备方能无患，至少你要知道人家的底细 / 152

勤能补拙又能动人心 / 155

请这样接近他 / 157

怎样应对对方的不开心 / 161

他的一颦一笑、举手投足都有深意 / 165

我们居于主动地位，却让他感觉赢了几分 / 173

为他着想就是为我们自己着想 / 177

不要与“第三者”发生正面冲突 / 180



推销第七步

再施巧劲,攻心为上排除对方异议

大师说：不论你卖什么，要让它清晰地传达给你的潜在客户，买了它比不买它要来得好。

——金克拉

只有1%的推销员能够成为伟大的推销员，99%的推销员只能是平庸者。是什么原因造成了这样巨大的差异？是推销技巧，几乎每一个神来之笔的推销都是通过“巧劲”战胜了客户。因此，要想取得更好的业绩，为自己赚更多的钱，实现自我价值，我们就必须学会成功推销的“必杀技”，轻松面对任何挑战。

他想拒绝怎么办 / 186

让他体验，让他迷恋 / 189

在最短的时间内，抓住他的注意力 / 192

把他的兴趣引出来 / 196

把优美示范出来 / 199

如何把他的兴趣转化为欲望 / 204

找出他心中的“樱花树” / 208

推销第八步

临门一脚,用绝招把那一颗心套牢

大师说：客户不是根据需要做出决定，而是根据问题做出决定。问题越突出，需求越强烈。需求越强烈，客户愿意为此付出的越多。

——约翰·迈顿

成交才是“硬道理”，我们整日奔波、风雨无惧为的是什么呢？两个字：成交。我们所做的一切都是为了成交。很多时候，并不是我们的口才好，我们的产品演示做得好，成交就水到渠成了，关键是我们把握好成交的几个关键环节，这样，我们才能与客户达成协议，我们的推销才算是成功了。

让他感到：不选择你会很痛苦 / 212

一定要发现他给你的暗示 / 218

别让“煮熟的鸭子”再飞走 / 222

在谈判中达成交易 / 228

三个神奇的技巧促成他 / 231

你还必须做好的六件事 / 237

促成成交的九大绝招 / 242

抓住成交机会，随时促成交易 / 248



推销第九步

情缘莫了,让萍水相逢成为地久天长

大师说：销售前的奉承，不如销售后的服务，这是制造永久客户的不二法门。

——松下幸之助

有效处理客户的抱怨、积极解决出现的问题，能够保持客户的满意度和忠诚度。良好的售后服务会为我们带来良好的口碑，带来更多的潜在客户，在推销中，谁拥有更多的客户谁就是胜者。对于我们推销员个人而言，良好的售后服务可以稳定我们的业绩，增加我们的收入，就像一位成功推销员所说的那样：“唯有以优质服务来代替销售，才是我年年维持业绩的第一因素。”

每个老客户都是一座金矿 / 252

人人背后潜伏着 250 名客户 / 254

买卖完结情仍在 / 256

这样做你就能给自己留下后路 / 259

能再访才有更多钱赚 / 261

别吝啬你的关心 / 266

售后服务的九大误区 / 268



推销第一步

为心淬火,让人喜欢先要自己欢喜

大师说:对每个推销人员来说,热情是无往不利的,当你用心灵、灵魂信赖你所推销的东西时,其他人必定也能感受得到。

——玫琳·凯

对推销员来说,最重要的并不是经验和技巧,而是成功的信念和心态,是我们的信念决定了我们 80% 的成功机会,是我们观念的品质决定了我们推销的品质。因此,作为一名推销员,我们必须不断地自我激发,有了良好的信念和心态,成功自然就会到来。

带着勇气上路

我们每天要面对许多不同性格、不同背景的客户，而且还要面对被拒绝的压力，如果不是勇气十足的话，就很难在这一行里干出个样来，这就像战斗一样，士气低迷的一方是永远不会取胜的。

克里曼特·斯通生于美国一个并不富裕的家庭。他 16 岁时便开始帮母亲推销保险，获得意想不到的成功，但却被勒令退学。斯通坚持自学，后曾进入大学学习法律。

在初中毕业升高中的那一年，斯通利用暑假帮母亲去推销保险，这年他才 16 岁。按照母亲的指点，斯通来到一幢办公楼前。他不知道怎样开始推销，徘徊了一阵后，他有些害怕了，想打退堂鼓，毕竟他还是一个未成年的孩子。回忆这一段经历时，斯通说：“我站在那幢大楼外的人行道上，不知道自己该怎么样去做，更不知道自己能不能将产品推销出去……我一面发抖，一面默默地对自己说：‘当你尝试去做一件对自己只有益处，而无任何伤害的事时，就应该勇敢一些，而且应该立即行动。’”

于是斯通毅然走进了大楼。他想，如果被赶出来，就再一次壮着胆子进去，决不退缩。斯通没有被赶出来，而且那幢办公楼的每一个房间他都进去了。在这一间办公室遭到拒绝，他便毫不犹豫地去敲开下一间办公室的门，不断地劝说人们买他的保险。



斯通几乎跑遍了整个办公楼内的所有办公室，终于有两位职员向他买了保险。两个客户算不了什么，但对斯通来说，意义远不止成交了两笔生意，这是他在推销保险方面迈出的重要的一步，同时，他还学到了该怎样去克服心理障碍并向陌生人推销的方法。

第一天的推销，他发现了一个秘诀，就是从一间办公室出来后应立即冲进另一间办公室，这样做是不给自己时间犹豫，从而可以克服自己的畏惧感，让自己勇气十足。对此，他说：

“一位成功的推销员，应该具备一股鞭策自己、鼓励自己的内动力。只有这样，才能在大多数人因胆怯而裹足不前的情况下，或者在许多人根本不敢参加的情况下大胆向前，向推销的高境界推进。正是这种推销员，凭着过人的勇气、自信和上进心，凭着鞭策鼓励自己的内动力，总能克服害怕遭人白眼和被拒绝的‘心魔’，勇敢地去向每一个他可能遇到的陌生人推销自己的商品。”

随着推销业绩的不断上升，斯通对自己做了一个全面的分析。他发现，正是因为自己有了过人的勇气，才获得了如此巨大的成功。

这个例子证明了，一个优秀的推销员最重要的条件就是要具有高昂的工作士气。工作士气高昂的推销员比工作士气低落的推销员更能取得优异的推销成绩。

作为一个推销员，如果我们能够激发出自己的勇气，那么就会创造出令人大吃一惊的成绩。毫无疑问，勇气是由自信心孕育出来的，而勇气的最大敌人，就是那些来自于我们内心的恐惧、担心、顾虑。

明智的举动是，将这些顾虑、担心转化为应付各种可能出现的不利情形的周密准备，以求将失败率降到最低。比如你要会见一位客户，