

别输在 不懂 营销上



为你揭示营销失败的种种原因，指出营销中的陷阱，为你提出警示，指导你一步一步地走向成功。

戈非 著

线装书局

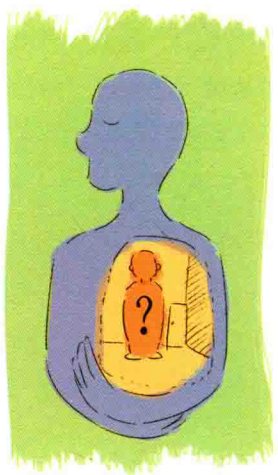
别输在不懂营销上

戈非 / 著

线装书局



虚张声势的魔鬼，并没有想象中的可怕，
只因你蹲在地上，才会认为它很高大。
当你站起来，就可以平视它；
走上去，你就可以轻而易举地打倒它。



不要单纯地从表面去了解一个人，要学会走进他的内心，探究他的真实想法，这样才能知己知彼，达到你的目的。

自信不但可以让你的生活充满活力和动力，
还会感染到其他的人，从而获得更多的资源。



营销，虽然以其独具一格的魅力和光明前景吸引了越来越多的优秀人才投身其中，但并非每个推销员都能获得成功。在这个竞争激烈的领域里，无论是一位久经沙场老销售员，还是一位初出茅庐的新手，都会或多或少地碰到一些难题，遇到一些困惑，都会在不知不觉中犯一些错误，或是用了错误的方法，或是说了错话……总之，由于一时的疏忽，前功尽弃，最终徒劳无获。

毫无疑问，每个推销员都想迅速拥有自己的客户，迅速掌握推销的技巧，顺利完成推销的各个环节，为客户提供优质的售后服务，以优异的推销业绩来展示自己的推销才能。那么，到底该怎么做才能避免营销中的错误、提高销售技巧呢？正所谓成功的推销无定式，没有一个固定的模式，也没有一种固定的策略，全靠推销员以自己的技巧统筹全局，随机应变。虽然推销成功无定式，但失败的推销却是可以总结的。本书基于此点，为你揭示营销失败的种种原因，指出营销中的陷阱，为你提出警示，指导你一步一步地走向成功。

本书指出了营销中最可能犯的 error，每一个 error 都非常具有代

表性，是从多个推销员的实践中总结出来的，具有典型意义。本书按照推销的进程来安排顺序，从塑造推销员的基本素质说开去，将接近客户、寻找和开发客户、产品介绍、说服沟通、再次拜访和持续销售、缔结合同、客户服务、营销策略等每一个环节中最可能犯的错误毫无遗漏地展示给读者，使推销人员在推销的各个环节中都能够避免此类错误。

本书的每个小节都由“营销事典”“深入分析”“正确做法”“顶尖诀窍”“妙语点评”几个部分组成。“营销事典”介绍了一些典型的失败的营销案例，生动翔实，抛砖引玉。“深入分析”是针对案例作的详细解说和分析，读后会让人恍然大悟，对于营销员常犯的错误会有更深的体会。“正确做法”告诉推销员应该怎样做才能避免错误，让自己在正确的基础上做得较好、更好、最好。“顶尖诀窍”对一些简单易行的做法和营销思维做了一句话的“点睛”，或是提出忠告，或是给出方法，使人可以从中一窥营销中的经验教训。“妙语点评”则运用精辟的言辞给全文做了一个总结。

你可以拿这本书作为你成功推销生涯的开始和指导，也可以拿着这些案例与你的推销方法、技巧进行比较，找出你出现错误的原因。研读本书，你可以对营销中所犯的错误有较深刻的认识，成功避开销售中的陷阱与雷区，掌握避免低级错误的方法，并将头脑中的感性认识理性化，最终转化成自己的营销经验和技巧。

营销是一个需要不断创新的行业，不欢迎因循守旧的人，因此，你在理解和把握这些策略时，要以适用性为原则去操作。希望这本书能够让你从中吸取经验教训，有效避免营销中的陷阱和错误，走向辉煌的成功。

| 第一章 |
在推销心态和心理准备上可能犯的错误

- 002 对拜访客户心生畏惧
- 006 成绩面前不思进取
- 009 不能及时调整自己的坏情绪
- 013 业绩目标不切实际
- 017 总是批评竞争对手
- 020 以貌取人
- 023 重理论，轻实践
- 027 轻言放弃

| 第二章 |

在寻找和开发客户时可能犯的错误

- 030 不能给准客户正确定位
- 034 不了解客户的背景
- 037 急于求成
- 042 不善于应付意外事故
- 045 一对多时误认目标
- 048 没记住客户的名字
- 052 没能激发客户的潜在需求
- 057 不会建销售网

| 第三章 |

在产品介绍展示中可能犯的错误

- 062 不强调关键的利益点
- 065 以自我为中心
- 068 不了解市场行情
- 071 无端夸大产品的优点
- 075 不了解客户
- 078 没有事先计划
- 082 没能让客户亲身感受产品

085 含糊报价

089 对自己的企业了解不充分

093 介绍没有专业性

096 对自己的产品没有信心

100 过多地泄露自己的秘密

| 第四章 | 在客户服务中可能犯的错误

104 服务承诺成为一纸空谈

107 不能正确对待客户的抱怨

110 不具备服务公众的意识

113 将服务完全推给客服部门

117 为了分清责任不惜与客户争吵

119 抗拒客户投诉

123 一开始就采用不诚信的手段

| 第五章 | 在营销策略上最可能犯的错误

128 被自己的光环罩住

132 不为客户寻找一个购买的理由

- 136 不会利用联盟战术
- 140 没能让对方兑现诺言
- 144 让难下决定的客户绊住手脚
- 148 因推销而失去友谊
- 150 错用激将法
- 153 不敢冒险
- 156 不能突破思维局限
- 158 不能与客户有效互动
- 162 不合理地报价

| 第六章 |

在再次拜访和持续销售中最可能犯的错误

- 166 无法深入会谈
- 169 再次拜访时机不当
- 172 谈判对象角色定位错误
- 176 无法突破僵局
- 180 不会巧妙运用提问法
- 184 被说“不”的客户吓倒
- 188 顶不住对手施加的压力
- 192 不会利用售后服务
- 196 不能开发新市场
- 199 忽略老客户

| 第七章 |

在电话营销中最可能犯的错误

204 与客户初步沟通时缺乏信心

208 打错电话时反应迟钝

213 仅凭声音便断定接线人的身份

215 不能正确对待外行接线人

218 三番五次打同一个电话

221 不善于搜集新的电话名录

225 纠缠不休

228 听话不听音

231 打断对方的沉默

233 敦促过急

236 预约失败

243 分散客户的注意力

| 第一章 |

在推销心态和心理准备上可能犯的错误

对拜访客户心生畏惧

你的营销生涯是从你一次又一次拜访客户开始的，所以，不要害怕去见客户。

营销事典

一位资深专家受托为一家知名企业打造一支优秀的推销团队，目标是将他们现有的预算软件的销售额再提高一个层次，同时市场占有率也能随之上升。

第一个礼拜，专家请销售代表们上门逐家拜访客户，给他们订下了每日拜访目标，挂起了排行榜，大家都兴致高昂地开始了他们的推销之旅。结果到第三天时，销售代表们的热情骤然降温，每日拜访次数开始下降，每个人都开始寻找理由少出门，就是出门，回来后在业务表上总是以“拜访未遇”作结论。他们已经被客户的拒绝所征服，甚至开始不愿意出门！

专家便问：“小伙子们，怎么了？一下子都没了劲头了？”

听听他们的回答：

“第一天，我站在客户公司所在的那幢大楼外的人行道上，不知道该怎么去做，更不知道能不能推销出去。第二天，我还是……”

“我昨天到了××公司门口，又被门卫挡在外边。任我怎么，他也不肯放我进去，更不用说见彼得先生的面了，真让我失望。”

“我运气倒比较好，见到了玛丽女士。可是我刚一开口，她就说她忙，让我别再打扰她了。结果我第二次到了她的公司，就没有了敲门的勇气。”

毫无疑问，这是正常的心理反应。心理医生常常通过电击来纠

正有心理疾患的患者。当患者出现需要被纠正的行为时，就会被电击，自然是不舒服的，于是形成条件反射，待该行为再度发生时，电击的感觉出现，于是行为被自觉终止了。当被客户拒绝时，我们遭遇了“电击”，会将之与我们的销售行为（如上门拜访）联系起来，多次重复这种感觉后，自然就会畏惧打电话、登门拜访。因此，一个推销员最主要的障碍几乎 80% 来自心理因素，而这当中最常见的问题就是被客户拒绝而产生的恐惧。

深入分析

案例中所说的就是推销初期最容易产生的一种畏惧心态。

简单地说，害怕被拒绝，事实上就是害怕客户对他说“不”这个字：我们害怕客户对我们说“不”，我们害怕客户说他没有钱、没有时间、对产品不感兴趣……

根据统计，80% 销售行为的最后结果都是客户的“不”这个字。你害怕客户对你说“不”，那么你害怕自己能够挣更多的钱吗？你害怕自己的事业成功吗？你如果不能克服这种恐惧，也就不可能提高收入，事业也不可能成功。

大部分的推销员没有办法接受客户的拒绝。依照经验，一个新从业的推销员最容易“阵亡”的时间就是他进入销售行业的前 90 天。若一个新从业的推销员不能在开始工作的 90 天之内掌握充分的产品知识、建立起他的基础客户群、提高销售能力及技巧，以及建立完好的自我形象和自信心、克服被拒绝的恐惧，那么他就会在 90 天之内离开这个行业。所以，这 90 天对一个新从业的推销员来说是非常关键的，而这当中最关键的一种能力的提高，就是对失败以及对于被拒绝恐惧的解除。如果我们能够解除被客户拒绝的恐

惧，那么，这世界上每一个人都能成为优秀、杰出的推销员。

正确做法

1. 作好失败的准备

新从业的推销员一想到可能会失败，往往会停滞不前。这很可能是患了“失败恐惧症”，而“失败恐惧症”又会引起“访问恐惧症”。你要对自己说，最初当然不顺利，反复去做就会变得顺利。反复实践是走上顺利的唯一方法，即所谓反复 10 次能够记住，反复 100 次能够学会，反复 10000 次，就变成职业高手了。

推销员在开始推销时，往往会认为一开始就会顺利，抱着甜美的希望想着：“但愿……”结果，很容易因大失所望而深受打击。所以，应该经常对自己说：“开始一定是不顺利的，唯有不断反复，才会变得顺利。”

2. 肯定自我价值

大部分的情况下，当客户说“不”的时候，他并没有否定你这个人，也并不表示你这个人没有能力，只是表示你还没有完全解除他对购买这种产品的抗拒以及对于购买你的产品可能是一个错误的决定的恐惧。害怕客户的拒绝是缺乏行动力和拖延的最大根源。

3. 树立自信心

害怕被客户拒绝也和你的自信心有绝对的关系，你的自信心越强，对被客户拒绝的恐惧就越小。作为一名推销员，你必须从以下两方面着手来培养自己的自信心：

(1) 确信你的工作对客户有贡献。化妆品的企业主相信他能带给人们美丽，从而建立全球性的企业。IBM（国际商用机器公司）

相信它对客户的贡献在于替客户解决问题，从而成为世界上最大的信息处理公司。作为一位专业的推销员，第一个信念就是：确信我能提供对客户有意义的贡献。如果你的心中没有这种信念，你是无法成为一流的推销员的。

(2) 积极与热忱。你的第二个信念是只要你做一天的推销员，积极与热忱就是你的本能。本能是一种自然的反应，是不打折扣的，是不需要理由的。积极与热忱是会感染的，你不但能将积极、热忱传播给你的客户，同时也能将你此刻的积极与热忱传染给下一刻的你。因此，每天早上起来的第一件事就是要告诉自己：积极、热忱！

4. 磨炼意志力

通常，推销员进行随机拜访时，要面对50次以上的“不需要”“没预算”“不喜欢”“太贵”的拒绝，才会产生一个有希望的客户，你若没有坚强的意志，是很容易被击垮的。

5. 转换定义

克服对于失败及被拒绝的恐惧的另一个有效方法就是：定义失败和被拒绝实际上都是我们内心的感觉。当对方用某种特定的方式对我们做了某些事或说了某些话之后，我们就感觉被拒绝了，是这种感觉决定了我

顶尖诀窍

磨炼坚强的意志力，树立最终获胜的信心。

妙语点评

踏入销售职场，最初的新鲜感一过，随之而来的就是很深的挫折感，因为几乎每10个客户中会有9个对你说“不”。渐渐地，你会对你的工作产生恐惧，进而担心：我是否适合干这行呢？我能干好吗？这个时候，记住不要放弃，只要决心成功，失败永远不会把你击垮！