

你想谈成更多买卖吗

上海工商学院主持翻译
 主编 汪熙
 [美] 爱德华·赖利
 李慈雄
 [美] 迈克·斯图尔特 著
 袁履庄 译



上海人民出版社

你想谈成更多买卖吗

美国管理协会·斯米克管理丛书

上海工商学院主持翻译

主编 汪熙熙

[美] 爱德华·赖利

李慈雄

[美] 迈克·斯图尔特 著

袁履庄 译

(第六辑)



上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

你想谈成更多买卖吗/(美)斯图尔特(Stewart, M.)著;袁履庄译.

上海:上海人民出版社,2001

(美国管理协会·斯米克管理丛书.第6辑)

书名原文:Close More Sales

ISBN 7-208-03766-3

I. 你... II. ①斯...②袁... III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第24320号

责任编辑 曹培雷

封面设计 董一瑜

美术编辑 甘晓培

编辑、出版总策划 朱金元

美国管理协会·斯米克管理丛书

(第六辑)

主编 汪 熙 [美]爱德华·赖利 李慈雄

你想谈成更多买卖吗

[美]迈克·斯图尔特 著

袁履庄 译

世纪出版集团

上海人民出版社出版、发行

(上海福建中路193号 邮政编码200001)

新华书店上海发行所经销

商务印书馆上海印刷股份有限公司印刷

开本 850×1092 1/32 印张 13.5 插页 4 字数 224,000

2001年8月第1版 2001年8月第1次印刷

印数 1—10,000

ISBN 7-208-03766-3/F·765

定价 21.60元

Close More Sales—Persuasion Skills
That Boost Your Selling Power

by Mike Stewart

Copyright © 1999 Mike Stewart

Published by AMACOM, a division of the
American Management Association,
International, New York.

All right reserved.

本书由美国管理协会出版部授权翻译出版。未经授权,不得翻印、转载。

主 编 前 言

这套丛书是当代影响最大的一套管理丛书。它的总编纂者是美国管理学会(American Management Association),简称 AMA。AMA 是美国也是世界上最大的一个企业管理的教育培训和出版机构,它在美国各大城市设有 9 个分会,在加拿大、欧洲、南美和日本等地都设有海外分支机构。它的会员近 7 万人,大多数是全球著名企业负责人。

AMA 的一项重大贡献是组织有成就的企业家和专家编写各类专题的企业管理书籍,传授他们的成功之道。这套丛书的特点是反映了当代管理科学的最新发展成就以及所面临的新问题。它的出版深受各国企业界和学术界的欢迎。其中很多书不断再版,经久不衰,影响极大。

我们和 AMA 曾多次联合召开研讨会和组织培训。在长期合作的基础上,AMA 决定提供他们每年的最新出版物,由我们组织专家挑选、审议和翻译出版。

我国的经济改革方兴未艾,社会主义市场经济在城乡崛起,广大的企业家都渴望能掌握最新的和行之有效的管理知识和技能,以便在国内外激烈的市场竞争中取胜。我们相信这套丛书的出版在很大程度上会满足这一需要。

在这一套丛书出版之际,我们要感谢美国 AMA 的诚意合作并按法律程序解决了版权问题,还要感谢复旦大学、上海财经大学和上海工商学院的专家参与了审议、挑选和翻译工作。

最后,我们要感谢上海人民出版社的朱金元编审、曹培雷女士和诸位编辑,他们的卓识远见和高效率的编辑组织才能,保证了这套丛书每年都有 10 本新作问世。

汪 熙

复旦大学教授、博士生导师
上海工商学院名誉院长

爱德华·赖利

美国管理协会总裁兼首席执行官

李慈雄

斯坦福大学管理学博士
斯米克集团总裁

2000 年 1 月 上海

怀着钦敬之情谨献此书,以追忆爱子

马克·罗伯特·斯图尔特。

1966.11.2—1997.12.14

为什么你需要这本书

这本书将帮助你谈成更多买卖,使你在今天的职业销售环境中更加成功。

大多数购买商务书籍的人往往将买来的书束之高阁,但是你买了这本书一定会读它,至少你会去读书中目前对你至关重要的章节。以后,你仍将不时地回头咀嚼书中有关销售过程、销售技巧的论述,每看一遍都会对如何应付某种特殊局面获得新的领悟,取得新的视角或有新的启发。

你很可能从本书里学到新的东西。也有可能读了本书后,会帮你记住一些你已经了解但尚未运用的知识,便于你谈成更多的买卖。本书的目的在于使你对需要重新聚焦的技巧、方法更敏感,并帮助你将这些技巧、方法付诸行动。

即使你没有学到什么新的东西,要知道问题的关键不在于“知”,而在于“行”。

不管怎么个用法,反正你一定会用上这本书的。而一旦你使用了这本书,你将谈成更多买卖,自我感觉良好,并在对你来说至关重要的人眼里显得更出色。最终,如果不是立刻的话,你会赚到更多的钱,甚至可能从此走上致富之路。

“这材料很管用,绝非流于空谈。

能从中发现真谛实在叫人高兴。”

——沃尔特·库珀,美国铸铁管公司

为什么你会喜爱这本书

出色的推销员能不断使业务更上一层楼,而本书将在这方面助你一臂之力。

《你想谈成更多买卖吗》并不想把你造就成一个千篇一律的推销员,一个跟其他同业人员毫无区别,只晓得墨守成规的从业人员;而是要帮助你成为既保持本色又达到极致、既干得潇潇洒洒又能谈成更多生意的销售高手。

推销员总想寻觅成功的捷径,工作得更洒脱而不是走更艰辛的道路。如果真有犹如成功捷径之类的东西,本书将帮你找到它。它肯定会使你工作得更出色。它会提醒你应该怎么做,帮助你运用一定的技巧,把要做的事情做得更好,从而使你更迅速、更容易谈成生意。

本书使用的材料很实用,经得起时间考验,并被证明是行之有效的。内容简明扼要,容易读也便于实际应用。篇章结构逻辑性、条理性很强,完全依据自然的

你想谈成更多买卖吗

销售过程,使其中颇有价值的信息能很快、很容易地获取。本书另一特点可让你随意选择学什么、跟谁学以及如何学以致用。你可以选取有关你需要进一步提高方面的内容,按适合你自己的速度来阅读、来钻研、来运用。

“迈克的诚实和坦率使人耳目一新。”

——杰克·杰克逊,飞艇气囊公司

为什么像你这样 聪明、老练的人也会 欣赏这本简明的书

你之所以会欣赏这本并不复杂难懂的书,是因为你的高明,你深谙“简简单单、平平淡淡才是真”之中三昧。

很可能你的生活经历是复杂的,也有可能你和我一样目睹了当今销售领域中的种种时尚。就是这些时髦玩意儿不断使你的工作环境变得更复杂。你或许:

- ◇ 必须少耗费多推销,而你的顾客只想着少花钱而买得多。
- ◇ 正面对着缩短销售周期的压力,特别当销售周期正经常变得越来越长的时候。也可能你会面临在销售周期内匆匆完成后不得等米下锅的压力。
- ◇ 会由于更多的人介入了购买过程而遇到更多

“必须由委员会作出决定”的情形。

- ◇ 发现顾客较少忠于品牌。
- ◇ 会遇到较之过去有更高学历、更成熟老练的买主,他们会觉得难以区分不同来源产品之优劣。
- ◇ 必须“主随客便”,按顾客要求来谈买卖。
- ◇ 在推销产品之前,须先推销观念。
- ◇ 需要增益(时下销售业内的时髦词语)。
- ◇ 在寻找改变老一套陈词烂调的办法(“我不想要仅仅是一个卖主,我想成为你的伙伴。”)。
- ◇ 发现人人都想多要一点。
- ◇ 需要缩小规模、重新策划、收购股份和改组整顿。
- ◇ 正以最快的速度采用新工艺。
- ◇ 正竭力跟上不断改变推销员业务方式的主要范例变化。

为了在当今紧张纷繁、变幻莫测的市场上能成功地进行推销,你必须聪明、老练,经验丰富。如果你的销售本身比较复杂,或涉及高技术含量的产品和服务,那么,你的工作会更趋复杂。

由于你的聪明、老练,你便一定能理解和欣赏“简单”的重要性。这“简单”两字并非就你而言,而是直截了当告诉你一些基本原则,而且这些原则也正是你所

领悟和欣赏的。

你一定懂得基本原则不可或缺的道理。

“越成功,你往往就会离开基本原则越远;

离开基本原则越远,你的事业无疑就会每况愈下。”

——朗·蒙苔斯,世界舞蹈冠军

本书将指导你注重基本原则、简化整个过程,集中精力一次一个对象进行推销,并充分展示你的专业水平及说服技巧。这些将帮助你谈成更多买卖。而能谈成更多买卖毕竟是一件够“酷”、够潇洒的事儿。

前 言

最近,我为 17 个经验丰富的职业推销员办了为期两天的销售谈判实验班。这 17 名学员来自各行各业,他们几乎都在相当复杂的销售环境中推销高档产品。17 个人加在一起总共有 225 年以上的从业经历,平均每人都有 13 年以上的推销经历。他们在经过筛选进实验班之前,就被明确告之,这个实验班的主题是销售谈判,学员必须在报名入班之前就懂得如何推销。总的说来,这伙人都是富有经验、学历层次高、聪明、老练的成功者。

17 个学员分成 4 组,每组 4—5 人。我要求各组就他们想从实验班上获得什么样的重要学习理念问题取得一致意见。其中一组提出,想学会“如何运用‘特色’和‘益处’来进行更成功的推销”;另一组想学习如何更有效地运用无确定答案的提问。我听了不无惊讶。尽管这伙人都是资格不浅的专业推销人员,他们依然十分清楚,他们迫切需要补上的一课正是推销的基本原

理,而这一点也恰恰是所有学员寄希望于实验班的。

自始至终使我感到惊讶的是,大凡优秀的推销员,诸如我们实验班上那些有见识、有经验、老练世故的学员,都在继续不断地追求对于基本原理理解、掌握、运用上的提高。另外,我常常从参加其他一些热门实验班的老资格的成功推销人员那儿听到,他们那些班的目标是“如何对付异议”和“做好洽谈前的规划”。总之,成功的推销员都知道,一时的辉煌是不够的,而销售培训是永无止境的。

尽管也有神话般的人物出现这样一种例外,但毕竟卓越的推销员不是天生而成的,而是造就的。伟大的个性(不管是什么样的个性!)肯定有助于事业的发展,但作为一个成功的销售从业人员,仅有迷人的个性在当今这个时代是远远不够的。虽然大多数成功的推销员都是具备了基本素质——诸如正直、诚实、渴望成功——而亮相的,但没有人会生来就具备产品知识、销售技巧和行为技能的。而这些又恰恰是在当今复杂的在商言商的环境中进行成功推销所必需的。于成功至关重要的因素往往是学习得到的技巧和行为的体现。遗憾的是,如今我看到许多公司都没有在像像样样地做好教学、培训或加强有关技能、行为的工作。

我所看到的大多数公司的内部培训,都集中在产品特色和内部程序方面,几乎没有传授行之有效的销售技巧的。许多公司提供这样那样的销售程序指南,

却很少提供销售人员可用以提高销售技能的书面的销售指南。大多数推销员只能靠自己去学。

毫无疑问,销售是带有个体性的,是因人而异的。但与我共事的专业推销员都无一例外地迫切想学到一切能学到的东西,以便日后能继续把自己的业务搞得更红火。尽管有其强烈的独立性和个体性,他们都在不断寻觅更好的途径,更新的理念,不断提醒自己去运用那些颠扑不破的永恒的原则。

这本书就是由于这多方面的因素孕育而成的,旨在帮助各处的推销人员促销、增益。我写作的目的有三个:一、帮助那些业绩不凡的推销员通过重新发现本书涉及的那些已被证实行之有效的技巧来进一步推动自己的业务;二、为新入门的推销员在掌握成功销售的永恒原则方面打下坚实的基础;三、为销售经理提供实用的培训资料,使他们可用以吸引手下的销售人员来参加培训。

我衷心希望你能通过阅读本书达到自己的个人目标——成功!

迈克·斯图尔特
敦沃迪,佐治亚州

1999.5.20