

MBA营销实务与案例丛书

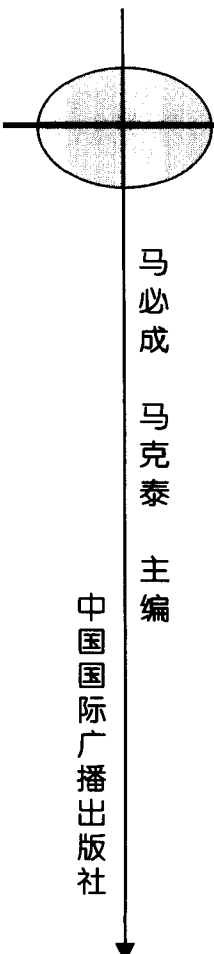
# 国际推销大师 成功秘诀

马必成 主编  
马克泰

中国国际广播出版社



· MBA 营销实务与案例丛书 ·



# 国际推销大师 成功秘诀

马必成  
马克泰  
主编

中国国际广播出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

国际推销大师成功秘诀 / 马克泰等编著. — 北京: 中国国际广播出版社, 2002.1

(MBA 营销实务与案例丛书 / 王必成主编)

ISBN 7-5078-2067-X

I. 国... II. 马... III. 推销-方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 078016 号

## MBA 营销实务与案例丛书

### 国际推销大师成功秘诀

|      |                                  |
|------|----------------------------------|
| 主 编  | 马必成 马克泰                          |
| 责任编辑 | 何 清                              |
| 版式设计 | 周 迅                              |
| 封面设计 | 郑琪·小禹                            |
| 出版发行 | 中国国际广播出版社(68036519 68033508(传真)) |
| 社 址  | 北京复兴门外大街 2 号(国家广电总局内) 邮编:100866  |
| 经 销  | 新华书店                             |
| 排 版  | 北京春辰轩图文设计有限公司                    |
| 印 刷  | 北京四季青印刷厂                         |
| 装 订  | 涿州市桃园兴华装订厂                       |
| 开 本  | 850×1168 1/32                    |
| 字 数  | 470 千字                           |
| 印 张  | 19                               |
| 印 数  | 5000 册                           |
| 版 次  | 2002 年 1 月 北京第 1 版               |
| 印 次  | 2002 年 1 月 第 1 次印刷               |
| 书 号  | ISBN 7-5078-2067-X / F·245       |
| 定 价  | 34.00 元                          |

国际广播版图书 版权所有 盗版必究

(如果发现印装质量问题,本社负责调换)

# 《MBA 营销实务与案例丛书》编委会

主 编 王必成

副主编 张德斌 周树清

马克泰 陈文华

编 委 (按姓氏笔画排序)

马 军 马克泰 王必成 吕佩浩

关 敏 何 清 何宗思 陈文华

周树清 胡杏天 张秀贤 张德斌

韩荣贵

策 划 冯 章

# 前 言

---

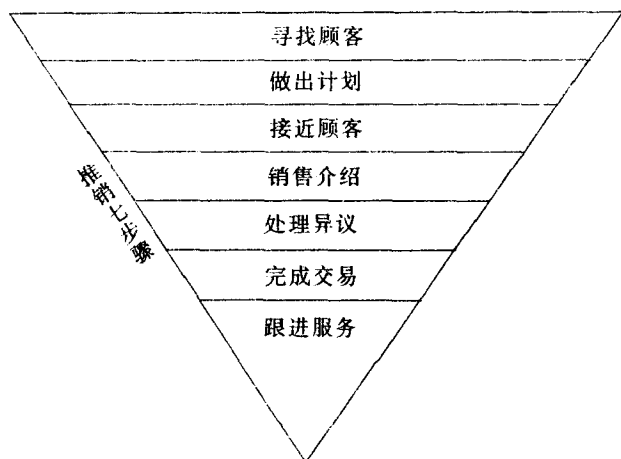
工业时代的巨人 H·福特坚信：“没有推销，就没有美国的企业”。

信息世纪的伟人 B·盖茨就是一位真正的顶级推销员；

IBM 公司把“公司最重要的人”的桂冠送给它的营销代表；

麦当劳连锁帝国的创始人 R·克罗克做了 24 年的推销员……由此可知，推销员是一个伟大的职业，推销员是任何一家公司生存和发展的动力，如果您有幸加入崇高的推销行业，那么成功就向您招手！

美国著名的推销学家 R·麦卡特在他的名著《推销和销售管理》一书中，总结了美国 500 名顶级推销员的行销经验，提出了推销具有七大步骤：①寻找顾客，②预约或计划，③接近顾客，④面谈，⑤处理异议，⑥完成交易，⑦跟进或服务（见下图）。



任何一个(产品或服务)推销过程基本上都经过这七个阶段,也就是说一位推销员在推销某一产品时,从寻找开发顾客开始,直到最后跟进服务结束后,才能算是完成了一个推销过程。

我们基本以这“七步骤”学说为主,并参照自己的研究,来安排本书的结构:

在第一章里,我们首先介绍了顶级推销员成功的心理素质和良好的习惯。接下来,我们按照“七步骤”的顺序分别讲解了顾客在哪里;面谈的技巧和实例;处理异议和问题的方法;达成交易的方法和秘诀;售后跟进服务的技巧。此外,我们论述归纳了推销管理难题的诊治技巧;推销员常犯的错误;女推销员的强势与弱势;顶级推销员的成功经验。

图文并茂,生动有趣;内容实用,操作性强;实例较多理论较少,是本书的三大特点。

参加本书编译的有:王小丽、李建源、王小玲、张明忠、朱红、高连文、于兴中、周树清、文生明、石大海、李锦金、鲁小明、韦向东、胡明、刘小惠、罗青、赵大年、徐鸿志、聂东元、李刚、孙晓帆、

钱为仁、郑明、陈天中、李春丽、王晶、陈伟嘉、张大昆、王丽、刘建国、马克泰、马必成、吴文英、苗丽华、李文华、赵小民、毕文革、王国民、赵宏民、孙晓英、唐小青、许大军、潘国庆、张秀文、郭美俊

编者

2001 年 10 月于北京

# 目 录

## 第一章 顶级推销员成功的心理素质和

### 良好习惯 ..... (1)

#### 一、“我要做百万佣金的推销员”——目标确定的

##### 五个方法和行动程序 ..... (2)

1. 确定可以完成的目标
2. 找出达成目标的方法
3. 时刻记住你的目标和计划
4. 立刻行动
5. 不断地自我训练

#### 二、积极的态度和高昂的热情使你收入倍增 ..... (6)

1. 三个砖瓦匠
2. 热情,成就了一代推销大师

#### 三、顶尖推销员的创新方法 ..... (13)

1. 推销员创新的重要性
2. 创新营销大大提升企业利润

#### 四、不怕失败,坚持到成交 ..... (17)

1. 两位资深推销冠军谈自己的失败
2. 害怕见人,怎么办
3. 勇敢面向顾客
4. 推销大师法兰克面对大人物也有惧感

## 五、良好的道德形象,使你获取更多的订单…………… (22)

1. 商业道德和法律标准
2. 推销员对顾客的责任
3. 消费者保护运动
4. 对公司的责任
5. 对竞争者的责任
6. 对同事的责任
7. 对社会的责任

## 六、一笑千金…………… (34)

## 七、获取顾客信任的四种方法…………… (35)

1. 如何熟记顾客的姓名和面貌
2. 使用见证人
3. 赞赏你的同行
4. 真诚到永远
5. 实例:与顾客交朋友

## 八、优秀推销员的竞争意识…………… (41)

1. 如何对待竞争
2. 不要怕竞争

## 九、良好习惯与新知识掌握…………… (43)

1. 坚持每天做记录,你的成绩就能提高
2. “拜访计划表”有何作用
3. 不断学习新知识

## 十、另外十种重要素质…………… (48)

1. 了解顾客的感受
2. 有强烈的成功愿望
3. 协助顾客解决某些问题
4. 保持稳定的情绪
5. 幽默的作用
6. 养成良好作风的自我训练
7. 工作时间较长,要做好心理准备

8. 自我管理极为重要

9. 工作压力较大

10. 做好出差准备

■ 自我测验和训练 ..... (55)

## 第二章 顾客在哪里？如何打动顾客的心？ ..... (64)

### 一、寻找顾客的二十种方法 ..... (67)

1. 顾客分层法

2. 无限连锁法

3. 不断开发潜在客户

4. 记录每日新增的潜在客户

5. 亲戚、朋友

6. 你的太太的关系

7. 你的助销员

8. 报刊、名册、网上聊天室的名单

9. 展示

10. 直接访问

11. 社会关系良好者利用法

12. 设立代理店法

13. 重复销售法

14. E-mail、电话法

15. 区域性突击法

16. 集体性突击法

17. 行业突击法

18. 分工合作法

19. 团体介绍法

20. 福尔摩斯法

21. 实例

### 二、访问前的六种准备 ..... (76)

1. 拟定访问计划

2. 收集和分析准顾客资料

3. 心理的准备

4. 了解访问对象

5. 准备推销用具

6. 制作寻找准顾客报告表

### 三、顾客的十种购买心理 ..... (90)

1. 追求快乐舒适

2. 省钱的动机

3. 别人有,我也要有

4. 效用与方便

5. 保护的动机

6. 多数人不愿做“消费领先者”

7. 购买品牌形象好的心理

8. 冲动的心理

9. 喜新厌旧

10. 追求附加值的需求

### 四、与顾客沟通的五大技巧 ..... (96)

1. 面对面沟通更有效

2. 不要轻易承诺

3. 利用最好的时间沟通

4. 简洁明了,切忌复杂化

5. 倾听的技巧

## 第三章 面谈的技巧和实例 ..... (101)

### 一、预约的方法和实例 ..... (103)

### 二、十二种有效的开场白 ..... (107)

1. 给客户赚钱

2. 赞赏要真诚、具体

3. 制造悬念,引入正题

4. 提及有影响力的第三人

5. 引证著名的公司
6. 利用问话(问答法)
7. 提供广告和销售的新创意
8. 介绍产品的新知识与新技术
9. 利用赠品
10. 顾客参与和演示
11. 争取第一
12. 聊天的技巧
13. 接近顾客常用辞令

### 三、产品说明的技巧 ..... (116)

1. 产品说明的基本原理及实例

[实例]你能推销这本书吗?

2. 产品说明的五个步骤

3. 产品说明的五种方法

[实例]一幅图片胜过一千句话

4. 产品说明的五个实例

[实例]没有经验的推销员的做法

[实例]演示就是像这样!

[实例]印刷机器有缺陷,如何推销

[实例]加强推销录像机,否则我们将会失去这项产品

[实例]只要我拥有更多的时间

5. 掌握公司、产品的知识

6. 介绍产品的效用

7. 生动形象的说明

8. 极有效率的说明工具:网络

### 四、沉默是金:倾听的艺术 ..... (148)

### ■ 自我测验和训练 ..... (150)

## 第四章 处理异议和问题的方法 ..... (157)

### 一、推销始于被拒绝:一个实例 ..... (157)

## 二、推销说明被拒绝的原因及对策 ..... (158)

## 三、顾客的八种类型 ..... (167)

1. 容易接受他人意见的顾客
2. 疑心重的顾客
3. 敌视推销员的顾客
4. 没有主见的顾客
5. 爱占小便宜的顾客
6. 爱唠叨的顾客
7. 自以为重要的顾客
8. 没有反对意见的顾客

## 四、二十种常遇到的异议 ..... (170)

1. 激烈的反对意见
2. “异议”与“问题”不同
3. 你的任务是推销,不是处理反对意见
4. 软化反对意见
5. 采取攻势时要柔和
6. 他不会“考虑一下”
7. “不要,不要,我们已有了”
8. 顾客说“没有地方放货”时
9. “没钱,买不起”
10. “价钱太高了”
11. “我不要这个,我要那个。”
12. “我总觉得新产品……”
13. “不和老公商量一下,无法作决定……”
14. “我不太清楚,无法决定是否购买。”
15. “这根本不合理嘛”
16. “以前使用过但效果不好”
17. “我的好朋友在××公司供职”
18. “小孩还小……”
19. “只看样品还不能决定,我希望看到实际商品……”

20. “我不买,孩子不需要”

五、九种处理异议的方法…………… (192)

1. 缓冲法
2. “二选一”法
3. “类似产品”异议的处理方法
4. 推销自己
5. 找出顾客购买的理由
6. 提问法:一个反对异议的最有效的方法
7. “为什么”
8. “除了这点以外……”
9. 发现顾客的利益和需求,然后满足他

第五章 推销绝妙口才和电话推销…………… (202)

一、推销绝妙口才…………… (202)

1. 运用推销口才的五个阶段
2. 对付“我不买”的七种高招
3. 结束面谈的方法
4. 推销口才和实务训练
5. 赞美顾客的绝妙词语
6. 巧妙附和顾客的方法
7. 推销口才与行为语言的结合
8. 改变用词啰嗦的技巧
9. 适当运用方言,增加与顾客的亲切感
10. 敬语、尊称使你与顾客更亲密
11. 你应洞悉顾客的“话外话”
12. 说服具有决策权的顾客
13. 只有进一步的询问,才能成功
14. “如果……那么您会……”的巨大销售力
15. 推销话语是推销员与顾客的互动
16. 促使面谈成功的三十九句话

17. 使推销成功或失败的二十四个词

二、八类商品推销要诀 ..... (233)

1. 推销制造性商品的秘诀
2. 汽车销售的诀窍
3. 房地产的推销高招
4. 家用电器的销售诉求重点
5. 图书的营销重点
6. 建材业推销的特征
7. 玩具销售的窍门
8. 钟表的营销特点

三、电话和 E-mail 推销的方法 ..... (241)

1. 电话和 E-mail 预约的四个步骤
2. 电话定期巡回访问
3. 使顾客积极购买的七个步骤
4. 电话催款的七个步骤
5. 打电话的适当时间
6. 电话或 E-mail 推销的缺点

■ 自我测验和训练 ..... (250)

第六章 达成交易的方法和秘诀 ..... (258)

一、完成交易的四十九种方法 ..... (258)

1. 透露出所有细节
2. 从“小”到“大”的诱导法
3. 对夫妻推销的方法
4. 富兰克林法
5. 恭维法
6. 请顾客指出你的缺点
7. 看似错误的推销法
8. 问三个问题就能成交
9. 不可在听完事情之前回答顾客

10. 做顾客的助手,而不仅是公司的人员
11. 购买的信号判定
12. 坚持要订单  $\neq$  施加压力
13. “签名”交易法
14. 暂时保留结论,结束时才说
15. 摘要法
16. 欣然接受异议
17. “为什么?……除了这点以外……”
18. 不必羞于提及金钱
19. 标准规范的交易法
20. 解决问题式的交易法
21. 坚持不断要求订单
22. 强调最佳的购买时机
23. 证言促成法
24. 试用促成法
25. 最后机会促成法
26. 优惠法
27. 暗示成交法
28. 紧逼成交法
29. 商品演示成交法
30. 亲子方式成交法
31. 不断追问成交法
32. 适度贬低顾客法
33. 对付自以为是的顾客的方法
34. 竞赛方式成交法
35. 预先布阵法
36. 向顾客讨教法
37. 强硬手段方式成交法
38. ABC 成交法
39. 选择成交法
40. 询问法

41. 销售魔句
42. 多种接受方案促成法
43. 次要重点促成法
44. 附带条件促成法
45. 未来事项促成法
46. 转移交易法
47. 持续确认交易法
48. 介绍方式成交法
49. 改变气氛法

## 二、促成交易的问题和实例 ..... (296)

1. 商谈结束时的“12个不要”
2. 签约要诀
3. 签完订单之后……
4. 推销访问后的总结
5. 交易实例及评析

## 三、行为语言对完成交易的巨大作用 ..... (302)

1. 每个人都有自己的空间领域
2. 良好的外表使你获取订单
- [实例]谁的营销员?
3. 握手
4. 声音
5. 眼睛
6. 坐有坐相,站有站姿
7. 名片的学问
8. 男推销员坐在哪儿
9. 身体行动应当让客户安心
10. 身体语言测试十二题
11. 初次印象测试十五题
12. 百位经理谈仪表