

百分百

100%

MARKETING
SUPERIOR

营销高手

100% M **100% MARKETING SUPERIOR**



从小处着眼，完全跨越营销关卡

千高原 策划 苏伟伦 主编



中国纺织出版社

商务书库

百分百营销高手

千高原 / 策划

苏伟伦 / 主编



中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

百分百营销高手/苏伟伦编. —北京:中国纺织出版社,2001

ISBN 7-5064-1591-3/F·0139

I. 百… II. 苏… III. 商品-销售 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 80464 号

责任编辑:王学军 特约编辑:王晓秋
责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行
地址:北京东直门南大街6号
邮政编码:100027 电话:010-64168226
北京宏飞印刷厂印刷 各地新华书店经销
2001年1月第1版第1次印刷
开本:850×1168 1/32 印张:15
字数:337千字 印数:1—6000 定价:26.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

11/2/04

前 言

当今社会,每年都有 65% 以上的就业人员投入行销市场,然而真正能成为行销人才的仅有 3%。尤其在这个商业大时代,现代人类的生存质量迅速提高,人们的各种需求与日俱增,大量的物资、商品都将通过人类天使——行销人员的尽善服务送至消费者的手里,温暖着他们的心田。茫茫人海中,到处都留下行销人员的身影和足迹。正是他们,用自己的智慧和汗水收获着丰硕的金果;筑起了一座座财富的大厦;撑起了现代商品经济社会最具活力的一片天空。

行销人在各个行业、各个角落都有一定数量的存在,这些终日苦干、默默耕耘的人时时都梦想有一天成绩卓著,业绩辉煌,跨上行业的巅峰。《百分百行销高手》一书,就是为所有梦想成功的行销人员而写的。她详细指导您如何更规范、更恰当地进行行销工作;她是一本详尽系统的成交手册,告诉您国内外各业界行销高手如何行销成交的实际范例;她是一本故事书,向您讲述一个个鲜活的行销大师从失败到成功的精彩片断;她是一本行销圣典,不仅启导您成为同行羡慕顶尖的行销高手,而且教您如何做一位诚实的、高尚的、与所有人为友、受所有人爱戴的光荣的行销人。

如果您是一位初涉行销行业的新手,难免彷徨、惊恐不安。那不要紧,本书将成为您天赐的朋友,最佳的无私无欲的助手。

本书最大特点是贴近生活、贴近现实、贴近老天爷——平民百姓。无论是谈道理还是讲实例,都以通俗而不肤浅、幽默而不古板、叙谈而不繁乱的优美文字向您展示营销工作的精髓。犹如真正爱护您的挚友,在您困惑的时候为您排忧解难,在您郁闷的时候为您打气壮胆。拥有这样一位挚友,相信您的营销生涯将步入时代的快车道,跨入高节奏营销的良性循环。您的事业将与日俱增,更加精彩纷呈,蒸蒸日上。不久的将来,营销高手的桂冠将送到您的手中。

本书中介绍的营销技巧、营销经验不是一夜之间而形成的。她是建立在国内外无数营销前辈、营销大师多年实践和无数成功经验基础上的。成功的道路是人们愿意选择的最佳路线,而本书的营销经验和营销技巧有的来自以往的经验,有的来自目前世界上叫得响的营销专家,而更多的是来自营销第一线的、现实的营销高手。从而构成这样一本能保证您的营销业绩迅速高涨的专著。

经常翻翻,定期看看,想想书中提供的营销经验和技巧,以及非常容易运作的具体方法,灵活运用到您的实际工作中去,一定会使您走上成功之路。

挤出时间读这本书吧!大胆去应用吧!您就是百分百营销高手。

苏伟伦

2000年10月

第1章

高品质、高感度的行销人员

- 1 建立属于自己的行销新常识 / 5
早期的行销常识几乎无法在今日的行销领域中立足
- 2 行销工作的基本就是“人类的爱” / 8
行销工作的基本原则,就是重视他人主义
- 3 要求自己不断接受新的挑战 / 11
自己是自己本身的管理者
经常抱着新的野心
自我锻炼、相信自己
- 4 人生也有如骆驼的时代 / 14
- 5 要成为一位高品质行销人员的自我启发法 / 17
自我启发的心理准备
为了应付变化,严格的要求自己、锻炼自己
为何要进行自我启发的工作

第2章

行 销 程 序

- 1 寻找顾客 / 23
 - 普访寻找法
 - 介绍寻找法
 - 中心开花寻找法
 - 委托助手寻找法
 - 广告牵引法
 - 资料查阅寻找法
 - 其他方法
- 2 顾客资格审查 / 32
 - 购买需求审查
 - 顾客支付能力审查
 - 购买人格审查
- 3 行销约见前的准备工作 / 36
 - 约见前准备工作的必要性
 - 约见个人顾客前的准备内容
 - 约见法人购买者的准备内容

约见熟悉顾客前的准备

准备方法

4 约见 / 41

约见的重要性

约见的内容

约见方法

5 接近顾客 / 47

介绍接近法

产品接近法

接近圈接近法

利益接近法

好奇接近法

震惊接近法

戏剧化接近法

讨论接近法

调查接近法

赞美接近法

求教接近法

馈赠接近法

搭讪与聊天接近法

其他

6 行销洽谈 / 57

提示法

演示法

其他行销洽谈方法

7 处理顾客异议 / 68

行销人员要对顾客异议持正确态度

顾客异议类型

顾客异议的根源

处理顾客异议的基本策略和方法

第3章

如何在初次行销时一举成功

1 治好行销前的软弱病 / 97

纠正自卑感,治疗恐惧症

克服倦怠感,治疗嫉妒症

2 挨户访问是行销的基本功 / 99

行销的多种方式

行销的 ABC

3 纠正止步不前的畏惧心理 / 101

坚持基本功

增强我必胜的信心

4 打开“心腹”突破口 / 103

先了解清楚老板

讨好老板的左右心腹

5 贵在信守时间 / 105

信用乃行销之生命

守时才有信用

6 望、闻、问、切巧行销 / 107

最佳的面谈模式

行销人员的望闻问切

7 精通接送名片的学问 / 109

递名片讲究奉

接名片讲究恭

8 解除顾客的警戒心 / 112

恐惧陌生不足为奇

善解对方的疑惑

9 欲速则不达 / 114

切忌急于求成

循序渐进方能成功

10 注意告辞时的谦恭 / 116

难忘的背影

礼貌的告辞

11 创造再访的机会 / 118

有多访问几次的思想准备

创造再访的方法

12 识别顾客有无购买力 / 120

别对无钱人行销

测度顾客有无购买力的方法

13 弄清购买决定人 / 122

别弄错“讨好”的对象

细心确定购买决定者

14 运用 AIDMA 法则 / 124

创造顾客的需要

遵守 AIDMA 法则

15 与顾客进行感情沟通 / 127

与顾客感情结缘

空谈理论是无效的

16 不给对方说“不”的机会 / 129

明确顾客说“不”的原因

掌握说服对方的方法

17 等候中准备洽谈话题 / 131

善于发现顾客的购买要点

等候时培养两种能力

18 突破行销障碍的两件法宝 / 133

循规蹈矩吃不开

突破障碍的有效方法

19 起坐与顾客平等 / 135

坐立不平等不利行销

与顾客保持平等的两个办法

第4章

如何战胜拒绝

1 要有被拒绝的心理准备 / 139

战场上失败的两种人同样在商场失败

行销新手缺乏被拒绝的心理准备

与其逃避不如试验

- 2 不卖商品卖人情 / 142
 - 剖析拒绝行销的人
 - 行销人员的利器
 - 不好意思拒人情
- 3 预防“没钱”的借口 / 144
 - 不被没钱的借口所迷惑
 - 对付“借口”的办法
 - 使顾客说不出没钱的借口
- 4 了解并善用顾客的喜好 / 146
 - 赞赏宠物取悦顾客
 - 夸奖“宝宝”讨好顾客
 - 广泛领教顾客的喜好
- 5 从走街串巷的小贩得来的启示 / 148
 - 古老的贩卖技巧至今也有指导意义
 - 走街串户的行销术
 - 传统行销术的四点启示
- 6 打通秘书小姐这一重要关节 / 150
 - 为秘书小姐送心情
 - 了解女性的弱点
 - 讨好女人方法多

- 7 善于运用人际关系 / 152
- 谁也脱离不了人际关系
 - 掌握建立人际关系的三阶段
 - 善于利用顾客的人际关系
- 8 利用顾客的恐惧心理 / 158
- 利用生活小事,夸大恐怖效果
 - 利用惧怕心理有利行销
 - 利用恐惧心理的局限性
- 9 义无反顾地挑战“拒绝” / 160
- 战胜自我,挑战拒绝
 - 执着战胜拒绝
 - 培养刚毅品格,要坚守4个信条
- 10 不被顾客的热情或回绝所左右 / 163
- 顾客的话别全当真话
 - 顾客真买假买都会有表现
 - 妙用交际手腕排除左右干扰
- 11 研究说“不”的顾客,制订预防策略 / 167
- 顾客说“不”的五种形态
 - 预防说“不”的三个策略
 - 处理说“不”的五种方法

继续拜访说“不”的顾客

第5章

跨越行銷陷阱

- 1 市场调查的神效与无效 / 179
- 2 多数的谬误 / 182
- 3 业务熟悉度左右行銷能力 / 183
- 4 行銷哪有那么重要? / 186
- 5 行銷运作有必胜捷径 / 189
- 6 推拉之间,重拉不重推 / 192
- 7 行銷 = 广告 + 促销 / 195
- 8 市场导向 = 顾客导向 / 198
- 9 行銷人员的轻敌和自满 / 201
- 10 行銷的归行銷 / 204
- 11 买卖一成,仁义全扔 / 205
- 12 需求是创造出来的 / 208
- 13 购买者才是真正的顾客 / 209

- 14 顾客抱怨不需太在意 / 212
- 15 改变顾客习惯并非难事 / 215
- 16 定位决定于企业之手 / 216
- 17 顾客服务无足挂齿 / 219
- 18 顾客最好大小通吃 / 220
- 19 你(顾客)输我(企业)赢的对抗关系 / 223
- 20 顾客是全神贯注的 / 226
- 21 行销近视症 / 227
- 22 价格 = 成本 + 利润 / 229
- 23 行销重视单兵作战 / 232
- 24 价格没什么把戏可玩 / 235
- 25 以大量广告弥补通路弱势 / 238
- 26 品牌一般化陷阱 / 241
- 27 特价商品,请君入瓮 / 244
- 28 通路决胜负?夸张! / 245
- 29 广告就是要广而告之 / 248
- 30 促销出击,奇功立现 / 251

第6章

直接行销的技巧

1 强化学习,以达发展 / 257

有效利用时间

资料情报要加以整理、印入脑海

职业性的行销员应阅读有关行业的报刊杂志

行销员的读书方法

创造读书环境

2 积极提高行销效率 / 262

增加拜访客户的次数

自己也有可能做到同样程度

改善为增加效率的行动

让客户知道拜访的目的

不是“点”而是“线”的拜访活动

3 运用好预定拜访表 / 267

按照预定行动

预定拜访表的原则

制作预定拜访表的要领