

经营管理系列

销售篇

使 / 你 / 成 / 为 / 真 / 正 / 的 / 高 / 手

孙 佳

Sun Jia

编著

RUHECHENGWEI
XIAOSHOUGAOSHOU

销售

如何成为

高手



以前的推销员只要一心一意，勇往直前，即可提高业绩，所以体力、精力、专注被视为不可缺少的。今天已非当时的经济与社会状况了，当我们朝着时代发展方向前进时，我们的经营理念、思考方式也必须跟随时代的进步而调整。如果不能掌握住需求的转变，终究无法获得业绩的提高，即使如此，体力、精力、专注等因素仍是推销员所必须具备的特征，相信以后也是如此。换言之，此三者系成功的必要条件，不过，对经营成败所产生的影响力正在逐渐减低。事实上，不够努力的人永远不会成为行销高手，而如何正确地评估与分析，才是得到良好结果的重要条件，过分地高估或忽视某项因素，都不是恰当的态度。

中国书籍出版社

经营管理系列

销售篇

使 / 你 / 成 / 为 / 真 / 正 / 的 / 高 / 手

孙 佳

Sun Jia

编著

RUHECHENGWEI
XIAOSHOU GAOSHOU

销售 如何成为 高手



中国书籍出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

如何成为销售高手/孙佳编. - 北京: 中国书籍出版社,
1997.10

(经营管理系列丛书)

ISBN 7-5068-0693-2

I. 如… II. 孙… III. 销售-方法-通俗读物 IV.
F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 19765 号

书 名 / 如何成为销售高手

书 号 / ISBN7-5068-0693-2/F·33

责任编辑 / 薛苏陵

责任印制 / 王大军 刘颖丽

封面设计 / 悬屋工作室

出版发行 / 中国书籍出版社

地 址 / 北京市丰台区太平桥西里 38 号 (邮编: 100073)

电 话 / (010)63455164(总编室)(010)63454858(发行部)

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京地矿印刷厂

开 本 / 850×1168 毫米 1/32 7 印张 113 千字

版 次 / 1999 年 6 月第 2 版 2000 年 2 月第 2 次印刷

印 数 / 3001—8000 册

定 价 / 11.80 元 (册)

版权所有 翻印必究

出版导言



经济学家认为：“宇宙的资源有限，而人类的欲望无穷，如何将有限的资源予以充分利用，以满足人类无穷的欲望，则属于经济学的范畴了。”其实，按更广义的解释，人力也算是可充分利用的资源，如果这样的话，那么前面的“经济学”也可以改称为“管理学”了，无怪乎“管理学”被称之为当今世界的“显学”，上自企业领袖，下至白领阶层，都欲一窥其奥妙。

由于时代的不断演变，人、事、物的关系日益复杂，当然其间的冲突与摩擦亦随之而起，为了有效掌握有限的资源，以达强国济世之目的，则非仰赖有效的管理不可，否则，失去合理管理的企业不免会步上脱序混乱及分崩离析之途。



另一方面，人类往往存有“宁为鸡首，不为牛后”的心理，如果管理的人与被管理的人之间缺乏良性的互动关系及正确的行为准则，会造成事倍功半的遗憾。这也造成社会大众对管理学的需求日益殷切，当然，也使得每个有志者皆有机会进入管理的殿堂。

可惜的是我们往往把“经营管理”视为是学院内传道授业的学科，使得它原本平易近人的本质被罩上一层曲高和寡的神秘面纱。

出版这一系列的“经营管理丛书”，正是要协助您走进管理的世界，使它不再有教条化与空洞化的问题，而是触手可及地和我们大家联系在一起。

管理学的探讨并不是企业领袖的专利，企业领袖固然可利用它以使企业步上轨道，而无人不可利用它来达到“修身”、“齐家”、“治国”、“平天下”的理想境界。这不是侈言高论，也不是夸夸之谈，只要你用“心”去阅读，则必能完成自己对生命的期待，并进而创造出家庭、企业及身边社会更新更美好的一

面。

在当今世界汗牛充栋的经营管理书籍中，
本丛书竭力挑选出足堪代表的著作引介，希望
在飞速发展的今日世界，我们每个人都能获得
最健康、合理、有道德、有效率的企业管理观
念，使我们管理自己、管理企业、管理生活的
事业更加成功。



前 言



我们将跨入 21 世纪，处于历史性转折的时代，并向未来世界不断前进。如何才能成功地到达目的地，正是大家热切探讨的问题。

各种以往被认为不可能发生的问题在未来的行销中都有可能发生。如果不能未雨绸缪、早思对策，等事到临头才感觉事态严重，可能已经太迟了。

从此角度来看企业经营，大家可能得到相似的结论。即以现在瞬息万变、一日千里的时代，仍有许多人以不变应万变的落后观念来进行经营活动。

由于环境的巨变，企业的生存与发展必须要由正确观念来掌握，不断探索正确的方向才能迈向成功。

但是，要找一条绝对正确的经营法则，也



不是不可能的事。以往在书海中，经营指南、经营技巧等类书籍举目皆是，但对于今后应如何随着时代变化的书则不多见。

就事论事，固然因为环境改变而产生的问题不断发生，而以往所积留下来的问题也颇为可观。

而各种大大小小的问题，加上从业人员处理问题的技巧与能力亦不尽让人满意，就是使企业发展困难、业绩衰退的主要因素。

换言之，今后的企业发展，在于如何克服困难而力争上游。

要成为胜利者，就必须比其他的企业更能发现自己的缺点，并予以克服。

这里的关键也就是由以往仅要求体力、精力，专注的营业特性升级为运用智慧，以与众不同的经营方法，达到业务开展的目标。

请不要因为困难的增加而泄气，只要看作是经营方向的调整就成了，读完本书您一定会感到从此得心应手。若本书能成为协助您掌握时代变化的参考书，笔者馨香以祝。

以前的推销员只要一心一意，勇往直前，即可提高业绩，所以体力、精力、专注被视为不可缺少的。今天已非当时的经济与社会状况了，当我们朝着时代发展方向前进时，我们的经营观念、思考方式也必须跟随时代的进步而调整。如果不能掌握住需求的转变，终究无法获得业绩的提高，即使如此，体力、精力、专注等因素仍是推销员所必须具备的特征，相信以后也是如此。换言之，此三者系成功的必要条件，不过，对经营成败所产生的影响力正在逐渐减低。事实上，不够努力的人永远不会成为行销高手，而如何正确地评估与分析，才是得到良好结果的重要条件。过分地高估或忽视某项因素，都不是恰当的态度。

责任编辑：薛苏陵

封面设计：愚 垦

目 录

出版导言	(1)
前 言	(1)
第一章 行销动脑筋，业绩节节高	(1)
第二章 不利于公司的众生相	(25)
第三章 解决问题以提高业绩	(45)
第四章 成功绝非侥幸	(83)
第五章 注重访问行动的效果	(119)
第六章 争取顾客的方法	(159)
尾 声 顺应时势的企业转型	(203)

第一章

**行销动脑筋，
业绩节节高**

如何成为行销之王



◆ 人人憧憬的行销高手，到底有几把刷子

高手的做法

对所有的行销族而言，没有其他任何事物的魅力可以超过行销之王的冠冕。话虽如此，却只有极少数人获此殊荣，也只有位居各行各业的顶尖高手，才能称得上是行销之王。

所谓行销之王，不仅存在于商业界、企业界，在所有行业的组织中皆有行销之王的踪影。

在这儿向您介绍几位行销高手（根据 1996 年销售高手名录）个人所缔造的优异成绩，这些成绩让其他人有很大的压力感。

轿车推销员每月平均销售数量约 12 辆左右，而日本第一的行销记录是一年售出 3000 多辆。一般销售单位的顶尖成绩是每个月 60~90 辆，为什



么会有那么大的差别呢？确实应该仔细研究一番才对。

百货公司寄售专柜店员全年营业额约在 2~4 亿日圆，但是日本专柜之王在一年之间营业额达 29 亿日圆。

重视效益的行销世界

商场，特别是业务员的世界，大家都在赤手空拳地奋斗，所有的表现完全由业绩来显示。

随着自己的努力工作，每个月都有数据为证，但与去年相比进步了吗？在公司里的排名上升了吗？或下降了吗？一切资料清清楚楚，任何人都无法隐藏。

若遇到持续的业绩不佳，则难免受到影响，降低斗志、被上司责骂、遭同事白眼，终不免有人黯然退出此行业。

职业的种类与范围固然不同，但一般人与高手之间存在着惊人的差异，这究竟是哪不同呢？

行销之王的秘密



◆ 我到底是哪里比不上他

高手永远是高手

行销之王与一般水准的差距，在相关的行业中可以明显地发现，从业人员的数量愈多，业绩高低的差别愈明显，任何行业都有这种现象存在。

以固定工薪收入为主，且较注重企业形象的行业，则不会太重视行销高手在业绩上的优异表现。

在按服务效益提成的企业中，所得的差异到达几倍仍不算希罕。

销售业绩若以数据表示，则个人能力差别将十分明显。

在一个 30 位业务员的业绩排行榜上，居后位者要爬升到前面的情况是不容易见到的。

行销高手是如何产生的

最初，所有的人都在同一起跑点，经过一段时



间后，差别就有日益增大的趋势，甚至在几年以后，会达到数倍的差距。为何同样是人，竟会存在这么大的差异呢？

行销高手在外表上并没有异于常人之处，那是体力差别吗？答案是否定的。企业经营不同于体力的竞赛，虽然有体力总比没体力好，但其中的差异，并不是造成业绩巨大悬殊的原因。

是时间的因素吗？高手未必日夜工作，而假日仍愿工作的人已不多见。但是，仍有特定的经营者（住宅、证券、供应类等行业）是日夜不分地工作的。

每个人花在工作上的时间固然有所不同，但一天中扣除睡眠、上班、三餐之外，一般相差不致太大（根据对 500 位行销高手的调查资料，平均每天工作从上午 8 点到下午 8 时左右）。一般营业员与高手的业绩差别产生原因也不在此。

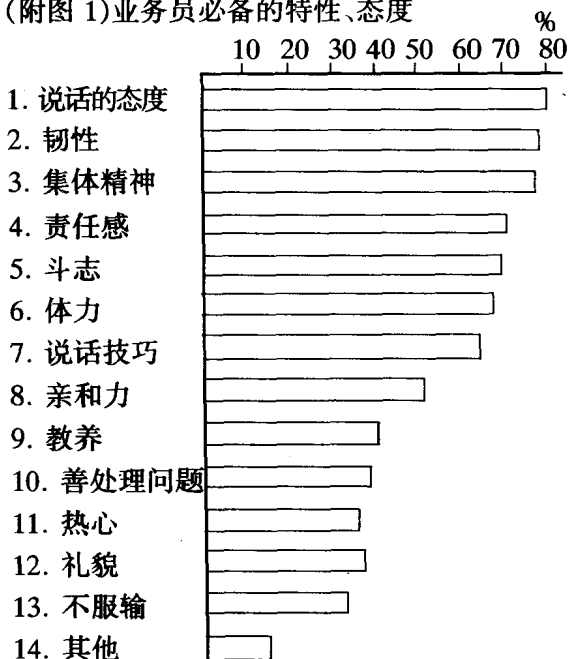
行销高手的必备条件

我们因此联想到，高手产生的最大动力是气魄吗？或是精神上或是基于个性上的因素？一般人会认为行销高手必是天资过人，努力程度也远超过其他人，但事实真是这样吗？

请注意分析图 1 的资料，其内容颇有道理。此图来源于各界对其营业项目中，行销高手所应具有 的 5 项特性的问卷调查，其中包含个性、性格及体力等项目。



(附图 1)业务员必备的特性、态度



您对此图的感想如何呢？