

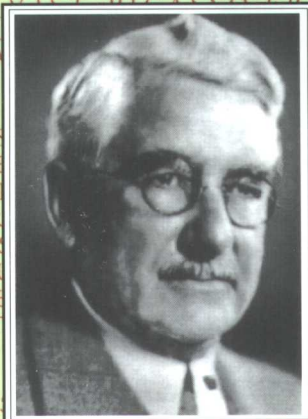
最伟大推销员的励志成功教程

The greatest salesman

推销员

智慧书

最伟大的推销员实战技巧380法



冯志民 著

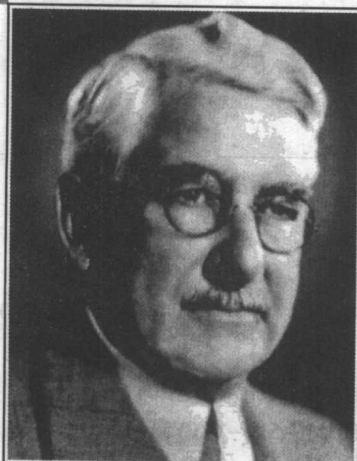
最伟大推销员的成长历程
最伟大推销员的行銷策略
最伟大推销员的实战技巧
最伟大推销员的企业营销系统

海 潮 出 版 社

推 销 员 智 慧 书 / 推 销 员 智 慧 书

推销员智慧书

冯志民 编著



海潮出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

推销员智慧书/冯志民编著. —北京: 海潮出版社, 2001.11

ISBN 7-80151-519-6

I. 推… II. 冯… III. 推销-基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 076435 号

● **推销员智慧书**

编 著/冯志民

责任编辑/陈开仁

经 销/新华书店

开 本/850×1168 毫米 1/32 印张/13 字数/200 千字

印 刷/北京星月印刷厂

版 次/2002 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

书 号/ISBN 7-80151-519-6/C·5

印 数/8000 册

定 价/22.80 元

海潮出版社 北京西三环中路 19 号 邮编 100841

发行部: 电话 (010) 66969738 传真: (010) 66969749



前 言

世界是一个偌大的推销舞台，生活中的人们，无论扮演何种角色，都在从事推销。发明家推销发明，政治家推销政见，作家推销故事，画家推销美感……（见本书第1条格言）。因此说，每个人在现实生活中总扮演“推销员”的角色。当然，这种推销，是一种广泛意义上的推销，本书所涉及的，是我们日常所说的狭义的推销——商品的推销。

在今天这个充满挑战的商业环境下，干推销这一行，的确是一份很富有挑战性的工作，很多人对推销有一种潜在的抵触，推销员从前期准备、举手敲门、客户开门、与客户的应对进退，一直到最后的成交、告退，每一个环节都布满荆棘，没有平坦之路可走的。因此，有人把推销比喻成战争，推销员无时无刻不面对着强大的敌人：一个看得见的敌人——竞争对手；一个看不见的敌人——自己。推销员要时时处于备战状态，随时准备着向竞争对手挑战，向自己挑战，这也正是推销工作具有艰巨性与挑战性的原因所在。

同样是推销员，为什么推销高手能连获销售冠军，荣登推销成功的宝座，而有的推销员却总是推而不销、一事无成？

推销既是一门科学，也是一门艺术，它的每一个环节都有其策略和技巧：业务员上前线前该有哪些必要的心理准备及资料准备？整个冲锋陷阵的过程中哪些推销高手是如何逮住机会，向潜在的主顾推销的？他们又是如何将难缠的客户转变成最佳的介绍

最伟大推销员的励志箴言

从今往后，我要借鉴别人成功的秘诀。过去的是非成败，我全不计较，只抱定信念，明天会更好。

当我筋疲力尽，要抵制回家的诱惑，再试一次。我要为明天的成功播种。在别人停滞不前时，我要继续拼搏，终有一天我会丰收的。

面对黎明，我不再茫然。过去，我很少相信自己的能力，所以，无论制定了什么样的目标，大的还是小的，看起来不过是可笑的。我常笑自己，既然能力低下，制定计划又有什么用？总想着有那么一天时来运转。殊不知，机会只在行动中。

说实话，一天天地游荡，不需技能，不必努力，也绝无痛苦。相反，每天树立目标，每周制定计划，每月确立方向，并日日为达成目标而努力，是要付出极大代价的。人们习惯说明天开始，因此，今天又给错过了。要知道，今日事今日毕，是我们成功的本钱。

逆境是一所最好的学校。每一次失败，每一次打击，每一次损失，都蕴藏着成功的种子。这一切，都教我在下一次表现更出色。我不再对失败耿耿于怀，也不再逃避现实，不再拒绝错误和失败。经验是苦难的精华，真正的失败，不是我们遭遇了失败，而是不能从失败中总结出经验和智慧。逆境是通往真理的重要途径。

有 启 迪 就 有 价 值

推销人才并非天生，而是经由培训和磨练来的。

这世间没有天才，只有努力，努力，再努力。

每一位销售经理都应该读一读《最伟大的推销员》。这是一本值得随身携带的书，即便是当作培训教材，也是恰如其分的。

《最伟大的推销员》由四个部分组成：

一、最伟大推销员的成长历程：

二、最伟大推销员的行销策略：

三、最伟大推销员的实战技巧：

四、最伟大推销员的企业营销系统：

着重讲述销售过程中遇到的各种问题，并提供相应的解决方案。这些方案都是那些伟大的销售人员的亲身经历。

目 录

1. 伟大的推销 (1)
2. 人人需要推销 (2)
3. 推销如战斗 (3)
4. 自己管自己 (4)
5. 意志薄弱者难成大事 (5)
6. 展现应有的自信 (6)
7. 细微之处显爱心 (7)
8. 爱家勿恋家 (8)
9. 勇于面对陌生环境 (9)
10. 信任你的商品 (10)
11. 推销一个梦想 (11)
12. 热爱自己的工作 (12)
13. 迎接推销低潮 (13)
14. 自我激励使人振奋 (14)
15. 明确奋斗的目标 (15)
16. 步步为营——制定行动计划 (16)
17. 点燃火热的激情 (17)
18. 锲而不舍 (18)
19. 再试一次的勇气 (19)

20. 勇往直前	(20)
21. 是实力而不是运气	(21)
22. 客户认人胜于认货	(22)
23. 博学多才	(23)
24. 利用一切机会学习	(24)
25. 时间就是金钱	(25)
26. 加入 5 点钟俱乐部	(26)
27. 早到 10 分钟	(27)
28. 不遗余力地工作	(28)
29. 做正确的事，而不是多做事	(29)
30. 尽早放弃	(30)
31. 善用闲暇时间	(31)
32. 敢于说“不”	(32)
33. 推销员要注意讲话的语气	(33)
34. 成为一个会说话的人	(34)
35. 怎样向初次见面的客户打招呼	(35)
36. 第一句定胜负	(36)
37. 做一个好的听众	(37)
38. 让客户充分表达异议	(38)
39. 掌握交谈的主动权	(39)
40. 恭维你的客户	(40)
41. 怎样对待接待人员	(41)
42. 利用提问推销	(42)
43. 怎样引起对方的兴趣	(43)
44. 电话预约的技巧	(44)

45. 电话推销的注意事项 (45)
46. 利用服务部门开发客源 (46)
47. 潜在客户就你身边 (47)
48. 利用打字店寻找客户 (48)
49. 请客户介绍客户 (49)
50. 怎样鉴别客户 (50)
51. 牢记“MAN 法则” (51)
52. 怎样争取客户的注意力 (52)
53. 幽默说服术 (53)
54. 充分利用等待约见的时间 (一) (54)
55. 充分利用等待约见的时间 (二) (55)
56. 巧妙设计开场白 (56)
57. 注意你的视线 (57)
58. 强化时间观念 (58)
59. 勇于承认错误 (59)
60. 一百句不如一句 (60)
61. 用好你的公文包 (61)
62. “消化”闭门羹 (62)
63. 以产品打动客户 (63)
64. 产品接近法应注意的问题 (64)
65. 利用顾客的好奇心 (65)
66. 如何利用问题接近客户 (66)
67. 给客户一个全新的感觉 (67)
68. 了解客户的需求 (68)
69. 不妨找个红萝卜 (69)

70. 如何判断对方是否有权购买 (70)
71. 如何判断对方是否有钱购买 (71)
72. 切勿过分推销 (72)
73. 少说多做 (73)
74. 欲速则不达 (74)
75. 给客户充分的考虑时间 (75)
76. 把握出示商品简介的时机 (76)
77. 让客户保持轻松的心情 (77)
78. 实话别实说 (78)
79. 与同行竞争 (79)
80. 对待竞争对手——敬而远之 (80)
81. 对待竞争对手——不要轻易进攻 (81)
82. 轻松成交 (82)
83. 风雨无阻 (83)
84. 攻心为上 (84)
85. 满足客户微小的愿望 (85)
86. 一家也不漏 (86)
87. 笑对“谢绝推销” (87)
88. 促使顾客当场拍板 (88)
89. 声情并茂地推销 (89)
90. 重视你手中的笔 (90)
91. 随机应变 (91)
92. 努力就会成功 (92)
93. 和客户约定拜访时间 (93)
94. 拒绝并不是不想买 (94)

95. 让客户表示一下他的意见 (95)
96. 客户永远是对的 (96)
97. 不要因拒绝而退缩 (97)
98. 发掘异议的真意 (一) (98)
99. 发掘异议的真意 (二) (99)
100. 发掘异议的真意 (三) (100)
101. 如何识别真假异议 (101)
102. 高瞻远瞩的销售视野 (102)
103. 选择一种时间管理系统 (103)
104. 持之以恒 (104)
105. 从失败和错误中吸取教训 (105)
106. 展开充分的想像 (106)
107. 保持充沛的精力 (107)
108. 让异议成为成功的阶梯 (108)
109. 把顾客的借口搁置一旁 (109)
110. 满足客户的表现欲望 (110)
111. 对症下药 (111)
112. 客户为何拒绝 (112)
113. 幽默成交法 (113)
114. 勇于面对心理障碍 (114)
115. 如何克服心理障碍 (115)
116. 寻找客户的心动之处 (116)
117. 交情行销 (117)
118. 不忘老朋友 (118)
119. 一周之计在于周一 (119)



120. 如何突破“谢绝推销” (120)
121. 利用开场白打动客户的心 (121)
122. 避免陈词滥调 (122)
123. 如何辨识购买讯号 (123)
124. 把“不”排除在顾客的答案之外 (124)
125. 充分推销道具 (125)
126. 如何与客户建立关系 (126)
127. 如何吸引顾客的兴趣 (127)
128. 占据有利位置 (128)
129. 故意出错促成交易 (129)
130. 礼尚往来 (130)
131. 不要为了敲门而敲门 (131)
132. 如何从老客户那里发展新客户 (132)
133. 留意身边的每一条线索 (133)
134. 报价的技巧 (一) (134)
135. 报价的技巧 (二) (135)
136. 解除客户的防备心理 (136)
137. 产品介绍要简洁扼要 (137)
138. 你的声音是最重要的推销工具 (138)
139. 为客户描述一幅美景 (139)
140. 动作胜过语言 (140)
141. 客户用情感购物 (141)
142. 推销利益, 而不是特征 (142)
143. 制造成交的紧迫感 (143)
144. 够不着水果更甜 (144)



145. 试探成交	(145)
146. 找准成交时机	(146)
147. 充满信心地提出购买请求	(147)
148. 沉默是金	(148)
149. 不要指望“以后再买”	(149)
150. 如何对待推销失败	(150)
151. 如何战胜消沉	(151)
152. 什么是真正的异议	(152)
153. 解读异议	(153)
154. 制造异议	(154)
155. 不要理会轻微异议	(155)
156. 战胜异议——“太贵了”	(156)
157. 战胜异议——“我想同××商量一下”	(157)
158. 战胜异议——“我得好好想一想”	(158)
159. 战胜异议——“我们没有这笔预算”	(159)
160. 战胜异议——“我能买到比这更便宜的”	(160)
161. 异议是成交的信号	(161)
162. 尊重客户的异议	(162)
163. 做好处理异议的准备	(163)
164. 先发制人	(164)
165. 直接否定客户的异议	(165)
166. 运用“对，但是”否定客户的异议	(166)
167. 争论是推销的大忌	(167)
168. 不必为产品的缺点犯愁	(168)
169. 如何应对大型企业客户	(169)



170. 不要单纯为钱而来	(170)
171. 谋求双赢	(171)
172. 炼就火眼金睛	(172)
173. 培养你的好奇心	(173)
174. 电话推销的秘诀	(174)
175. 电话要约的技巧	(175)
176. 注意第一印象	(176)
177. 如何留下好的印象	(177)
178. 如何对待好奇心十足的客户	(178)
179. 如何对待态度冷漠的客户	(179)
180. 如何消除客户的恐惧感	(180)
181. 如何对待万事通型的客户	(181)
182. 如何对待大智若愚的客户	(182)
183. 如何对待粗鲁的客户	(183)
184. 如何控制商谈的局面	(184)
185. 不要忽视与客户的闲谈	(185)
186. 认真做好行前检查	(186)
187. 怎样掌握商谈优势	(187)
188. 巧妙地发问	(188)
189. 发问的技巧	(189)
190. 克服怯场的心理	(190)
191. 识别客户隐而未宣的信号	(191)
192. 如何影响客户	(192)
193. 缔约是件理所当然的事	(193)
194. 该签约时就签约	(194)



195. 签约也有技巧	(195)
196. 设计缔约过程	(196)
197. 最佳缔约时机	(197)
198. 充分利用老客户的口碑	(198)
199. 信守承诺	(199)
200. 先不要报价	(200)
201. 让客户觉得物有所值	(201)
202. 不要在价格上与客户争论	(202)
203. 强迫成交	(203)
204. 巧妙安排你的缔约过程	(204)
205. 起死回生	(205)
206. 对比促成交	(206)
207. 最后一件事	(207)
208. 成交的条件	(208)
209. 如何把握成交时机	(209)
210. 时刻注意观察客户	(210)
211. 保持自然的神情	(211)
212. 留下再访的余地	(212)
213. 怎样与客户道别	(213)
214. 如何满载而归	(214)
215. 如何空手而归	(215)
216. 顾客就是上帝	(216)
217. 引导顾客发牢骚	(217)
218. 顾客的抱怨是一个好机会	(218)
219. 处理顾客抱怨的要点	(219)

220. 如何稳定顾客的抱怨情绪	(220)
221. 以静制动	(221)
222. 如何处理顾客的退赔要求	(222)
223. 人人生来便懂得推销	(223)
224. 切勿喋喋不休	(224)
225. 专业推销员必备的三种知识	(225)
226. 产品知识的重要性	(226)
227. 你看上去像什么	(227)
228. 客户资料是最主要的	(228)
229. 真正的市场赢家	(229)
230. 积极的心态学得来	(230)
231. 欲望决定成功	(231)
232. 如何设定推销目标	(232)
233. 幸运的另类解释	(233)
234. 别给大脑灌输负面讯号	(234)
235. 不要自我设限	(235)
236. 学会赞美别人	(236)
237. 借助外表展现自信	(237)
238. 如何面对困境	(238)
239. 善用时间	(239)
240. 增加销售时间	(240)
241. 老客户带来新商机	(241)
242. 寻找商机, 而不是坐等	(242)
243. 怎样让客户介绍客户	(243)
244. 新商机的 15 个来源	(244)



245. 利用信件约访	(245)
246. 如何利用电话约访	(246)
247. 使电话发挥效用的秘诀	(247)
248. 对人推销	(248)
249. 让别人对你感兴趣	(249)
250. 学会提出问题	(250)
251. 推销利益，而不单单是产品	(251)
252. 把需求变成欲望	(252)
253. 规则性地运用产品知识	(253)
254. 推销卖点	(254)
255. 推销价值，而非价格	(255)
256. 别光说不练	(256)
257. 缔约无需技巧	(257)
258. 人们喜欢买东西	(258)
259. 缔约的黄金法则	(259)
260. 如何对待无权购买的人	(260)
261. 如何打消顾客的疑虑	(261)
262. 如何对待顾客的拖延	(262)
263. 干脆的告退	(263)
264. 别摔入推销的陷阱	(264)
265. 销售双方没有胜败	(265)
266. 大生意要做，小生意也要做	(266)
267. 如何防止客户反悔	(267)
268. 妥善规划每次的联络	(268)
269. 让自己值得信赖	(269)