

(美) 特里 L. 舍丁 著
王晓芹 王 莉 蒋庆冰 译

New Sales Speak

突破销售演说

● 走出推销演说的九大误区

The 9
Biggest
Sales Presentation
Mistakes
& How to
Avoid Them

突破销售演说

——走出推销演说的九大误区

New Sales Speak: The 9 Biggest Sales
Presentation Mistakes & How to Avoid Them

(美) 特里 L. 舍丁 著
王晓芹 王 莉 蒋庆冰 译
强 薇 审校



机械工业出版社

Terri L. Sjodin: New Sales Speak: The 9 Biggest Sales Presentation Mistakes & How to Avoid Them

Copyright © 2001 by Terri L. Sjodin. All rights reserved. No part of this Publication may be reproduced or utilized in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, microfilm and recording, or any information storage and retrieval system, without permission in writing from the Publisher. Authorized edition for sale in P.R. China only.

本书中文简体字版由约翰·威利父子有限公司授权机械工业出版社在中国境内独家出版发行, 未经出版者书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

版权所有, 侵权必究。

本书版权登记号: 图字: 01-2001-1777

图书在版编目(CIP)数据

突破销售演说——走出推销演说的九大误区/(美)特里 L. 舍丁(Sjodin, T.L.)著, 王晓芹等译. —北京: 机械工业出版社, 2001.7

书名原文: New Sales Speak: The 9 Biggest Sales Presentation Mistakes & How to Avoid Them

ISBN 7-111-09168-X

I. 新… II. ①舍…②王… III. 推销-演说-基本知识
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 058083 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 常淑茶 版式设计: 霍永明 责任校对: 刘武玉

封面设计: 姚毅 责任印制: 郭景龙

北京铭成印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2002 年 1 月第 1 版·第 2 次印刷

890mm × 1240mm A5 · 9 印张·218 千字

4001—7000 册

定价: 22.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换
本社购书热线电话 (010) 68993821、68326677-2527

NAH 10/03

谨以此书献给我亲爱的朋友玛丽和斯坦德利。
她们在过去将近 10 年的时间里，一直担任
舍丁交流协会的全美项目协调员。除她们
之外，我想，再也找不到更加合适的
助手来帮助我实现我的梦想！

致 谢

本书的出版有赖于下列诸位的帮助，谨此致以最诚挚的谢意。

首先，我要感谢加利福尼亚希尔斯湖的 CC 交流协会负责人、我的编辑克里斯·史密斯先生。没有他，就没有这本书。在过去的 10 年当中，克里斯和我共同参与了三个重大项目，他的丰富阅历和出色才能经常让我羡慕不已。

其次，我要感谢哲里·安德森、比尔·格雷、哈维·麦凯、尼多·库贝恩和弗洛伊德·威克曼等前辈。他们是如此的慷慨大方，把自己毕生研究的成果都拿出来与大家分享。没有他们的指导和支持，我就不可能有今天的成就。

感谢我的父母，让和佩特·舍丁，我的姐姐金，以及家庭里其他可爱的成员，他们一直都在我的身边陪伴着我，鼓励着我，尤其是在我举步维艰的时候。我想，如果大家都拥有像我一样幸福的家庭，世界将会是怎样的美好！

感谢我身边的朋友科利特·阿尔森、格雷格·德尔、苏茜·德特因格、贾尼丝·加斯克、皮特·休伯、妮科尔·纳琼、雷内克·赖特、帕蒂·斯科马、尼克·泰勒和贾森·蒂勒瑞。无论是内部预演、召开研讨会讨论，还是其他任何繁琐的工作，他们都全力以赴。他们的关心、建议和支持最终促成了本书的出版！

最后，我还要感谢在其培训和发展计划中采纳我的方案的各个公司、组织和个人。此外，特别要感谢全美演讲者协会的同事和朋友们，通过与他们相处，我从他们身上学到了很多東西，没有他们也不可能会有我的这本书。

译者序

谁能否认口才出众的优越性？战国时的苏秦，游说天下，合并连纵，终挂6国大印，与强秦抗争；三国时的诸葛亮，舌战群儒，联吴抗曹，终有赤壁之胜而鼎立三国……这一切不都展示出语言的无穷魅力呢？今天，在我们的日常工作和生活中，如果我们的言语具有足够的魅力，能够打动听众，让他们心悦诚服地接受我们推销的产品、服务、观点或建议，那该多好啊！可是做到这一点并不是一件容易的事。只有经过专业化的培训，我们的语言才可能变得巧妙生动，为此，我们翻译并出版了本书。

本书作者多年来一直从事演说技巧的研究和实践，总结出了销售演说的9大误区。她在书中描述了这些错误做法的具体表现，指出其危害之处，分析它们的形成原因，并提出改正或避免这些错误的方法和建议。另外，作者还提供了一套评估演说效果的方案 and 标准。

本书的特点是把普通意义上的当众演讲才能和专业的推销演说技巧结合起来，既阐释了传统的推销方法，又涵盖了现代的营销理念。其内容通俗易懂，文字朴素流畅，再加上若干实例和工具的介绍，使读者能够很容易地理解本书主旨，并在实际中加以借鉴。

对于专门从事销售工作的人们来说，这是一本难得的读物，它能帮助销售人员在工作中充分发挥推销演说的种种技巧，并使枯燥甚至是难堪的推销工作变

得生动有趣。即使是那些远离销售工作或者无需经常进行演讲的人们，阅读本书也会获益匪浅，因为书中展示的各种演说方法和技巧其实都是来自对真实生活的体验和总结，而这些体验和总结并非仅仅局限于销售工作。因此，译者认为任何人看了本书，都能从中得到一定的启发。

最后，由于阅历和文字功底的局限，译文中难免存在错误和不足，敬请读者原谅。衷心希望本书的出版能够对大家的的生活和工作有所帮助！

译者

2001年6月

序

如果说生活中有什么不变的真理，那么有一点我想应该被囊括进去，即我们每一个人身上都有想象不到的潜力。但是这种潜力很少得到人们的充分认识，即使某个人在达到事业或生活的巅峰时也是如此。我时常问自己，如果更多的人能够充分发挥他们的潜力或者更早地做到这一点，我们的世界会变成什么样子呢？通过“心灵鸡汤”（Chicken Soup for the Soul）这个系列，我们想为世界创造一个童话。这一系列现在发行量已经超过 6000 万，连续 33 期位居《纽约时代周刊》最畅销书之列。我相信这套书可以引导人们朝着一个充分发挥个人潜力的方向前进，而我们的目标是鼓励人们不断追求更伟大的理想。根据目前已经反馈回来的信息，我相信这套书已经影响了无数人的生活和思想。

然而仅仅鼓励大家不断追求伟大理想是不够的，我们还应该为大家提供挖掘自身潜力的技巧和方法。这就是为什么我答应为特里的这本书写序的原因。《突破销售演说——走出推销演说的九大误区》（以下简称《突破销售演说》）教给我们的正是怎样去实现我们所追求的理想，这一点与“心灵鸡汤”的初衷是一致的。该书为我们提供了一套实现目标的行动计划；教给我们怎样去构造并发表一篇令人信服的演说。特里的睿智和眼光闪烁于字里行间，将为躊躇满志的人们照亮

通往成功的道路。

我个人的演说生涯在9岁时就开始了。当时的我因为父亲不肯给我买一辆光彩照人的红色自行车而经常彻夜不眠，直到我用自己赚的钱把它买了下来。那时，推销问候卡就已经成为我——马克的“事业”了。你可能会说，“那时，你可真是充满了动力啊”，不错，我为了得到自己想得到的东西而奋斗，并的确有所收获。但现在想来，我却总是怀疑那是否真的叫做成功，因为当时我所付出的代价实在是太大了。如果我掌握的技巧不是那么贫乏的话，也许我能更加感到成功的喜悦，可惜当时我唯一得到的培训就是母亲送我的一句话：“一定要面带微笑”。这的确是个宝贵的建议，但它比不上专业化的销售技巧手册。可惜当时我不能拥有《突破销售演说》这样的好书，否则我就不会那么迟才成为全国首屈一指的问候卡销售商了。想象一下，如果现在的孩子们都学会了有效的演讲和推销术的话，那对他们将来充分发挥自身潜力将是多么大的帮助啊！

我个人认为每一个人都应该掌握一种基本的技巧，那就是如何构思并进行令人信服的演说，因为我们每一个人都有推销某些东西的需要。不论你是律师、医生，还是牙医，每天你都需要推销自己以及你所能提供的服务。拥有出色的推销技巧，不仅能让你对自己充满自信，还能在别人的心目中树立一个良好的形象，而这两点对你的一生都具有重要的意义。我觉得生活的全部可以概括为两个方面，即关系和交流。如果你能

在这两个方面游刃有余，那么你的生活必定会如湖上泛舟一样美好而顺利。相反，如果你无法驾驭它们，那么你就不得不花费更多的精力去应付随之而来的种种难题。《突破销售演说》所做的正是为大家提供一些演说技巧，从而帮助人们在这两个重要的方面有所发展。

特里在书中澄清了销售与演说之间的重要关系，使你在演说时，能够触及听者的思想，唤醒他们潜藏的能量。如果我们既懂得如何演说又懂得如何销售，那么我们就拥有了无穷的力量——不仅能够说服别人，还能够从他们那儿获得支持。掌握《突破销售演说》中的技巧（真正专业的销售和演说技巧），我们不但能实现基于基本生存需求的愿望，还能做到一些我们连做梦都不敢想的事情。

历史又进入了一个新的世纪，我们也需要进一步开发自己。人类社会日益严重的种种问题需要我们投入更多的关注，我们不得不去推动每一个活着的人发挥他们潜在的能量。不论过去我们曾取得多么辉煌的成就，未来我们仍需加倍努力；不论我们曾实现了怎样伟大的目标，还有更多更伟大的目标，更多更有创意的计划等着我们去实现，而在实现这些理想与计划的过程中我们还会碰到更多、更有干劲的合作伙伴。看看我们的周围，等待我们去完成的事情还很多，只有懂得如何去推销我们的观点，我们才能胜任这些工作，也才能把我们的世界建设成一个更加美好的世界。

马克·维克多·汉森

前言

从他人的错误中，聪明人总是在吸取教训、不断纠正自己的行为。

——帕布里利厄·斯塞路斯

你相信吗？那种口若悬河、令人信服的演说技巧，你只要稍加练习就可以具备。虽然我们每个人的天赋各不一样，但是，表达能力是通过后天学习培养起来的。这种能力，你可能生来并不具备，但你完全可以通过学习来获得！

本书的写作目的就是向你展示新世纪的销售演说应该是什么样子的。我们不仅为你详细描述人们在演说过程中常常犯的错误，而且会教给你如何避免这些错误，以及如何准备和发表一番成功的演说。另外，你还可以从中学会怎样有效地处理你已经掌握的信息，以使你的演说变得恰当而生动有趣。这种本领对您大有裨益，因为越是有兴趣的演说，听众越是愿意听下去，而他们采纳你的建议的可能性也就越大。

一、销售技巧并非与生俱来

杰出的销售人员往往具有强大的说服力，这是因为他们拥有与众不同的天赋吗？不是，销售技巧并非与生俱来。

人们经常用“他甚至能够把冰块卖给爱斯基摩人”或者“连鸟儿也会被他劝得离树而去”这类话来称赞那些出色的销售人员。他们的语言如此具有说服力，

甚至最不可能办的事情他们也能办到！然而，不要以为这种技巧是天生的，没有一定的培训和实践，在很多时候，他们同样无能为力！

你可能会像大多数上班族那样，在寻找进一步开拓自己的事业和提高自己收入水平的机会；也可能早就瞄准了自己人生旅途上的下一个目标，只是不知如何去实现它；也可能已经有了一份收入稳定的工作，但仍然希望能通过升职甚至跳槽获得更好的待遇，……。然而，尽管你有一流的技术，而且竞争对手根本不如你，但那个本应属于你的机会还是被别人从眼皮底下抢走了。原因在哪儿呢？扪心自问，你是否觉得在推销自己或自己专业知识方面，存在一些欠缺呢？

如果你总是能够获得第一手的信息并能从中挑出最重要的部分，且总能使听众以你所提供的信息为行动依据，那你就已经比对手胜出一筹了。为什么这样说呢？因为精通推销技巧可以帮你越过前进道路上的一道道关卡，机遇与成功也会伴随而至。这是一个简单的道理，但人们往往害怕当着别人的面推销自己，除非某人具有这方面的天赋或接受过专门的培训。

二、人人都是销售者

无论是公司行政主管、工程师、消防员、老师，还是销售人员，能否用语言打动别人非常重要。因为只有当人们相信你，并按照你所说的去做的时候，你的工作才能做好，你才能从中获利。不管你是什么样的人，你总有要推销的东西：面试时，你努力推销的是你自己；日常生活中，你推销的是一种产品、一项

服务、一条哲理，或者一个观点。总之，人人都是销售者。

工程师可能是我所知道的最不具有销售或促销倾向的群体了。他们更喜欢用事实、数据和技术去引导人们做出正确的判断。不过，这并不意味着工程师不需要进行推销工作。当他们试图让董事会、总裁或者上司理解某项工程需要更多的资金投入、额外的技术支持或更长的施工时间时，面对他们的也是一种推销的工作，即说服对方批准自己的申请。

找工作恐怕要算当前最常见的一种推销形式了。即使是应聘消防员，你也必须通过一系列涉及方方面面的考核。有成百上千的人申请同一个职位，要想被选中，你必须得显示出这份工作非你莫属。你要让人们看到，如果这个公司或部门不选择你，那就是他们的损失。每个人在寻找工作或争取晋升的时候，都不得经过考核，直到自己成为老板。比如，作为学生，无论是寻找实习机会还是争取毕业后的第一份工作，都不得不学会如何推销自己以及自己的思想。就算是得到一个面试的许可，你也得让面试者觉得花费时间与你面谈是值得的。

本书就是为有这些需要的读者服务的，它不仅适合专门从事销售工作的人，也适合从事贸易或其他专业工作的人，因为本书涉及的是最基础的推销技巧。然而，可笑的是，那些专门从事销售的人员在真正开始工作之前，所接受的关于演说技巧方面的培训却少得可怜。他们获取的产品信息总是比需要他们了解的

信息多。他们常常通过一大堆令人眼花缭乱的视听材料了解有关公司筹建、机构扩展以及如何填写订单等多余的信息；然而糟糕的是，一般推销技巧的培训常常就是在这些没用的地方大费周折。

公司的经理们往往有这样一种倾向：等到遇上问题，才想起来找像我这样的咨询人员问询与培训有关的事宜；而由于教育制度上存在缺陷，许多学生毕业后，连如何推销自己都不知道，更不用说推销商品或服务了。因此销售队伍需要销售培训，需要上“产品认知班”，就不足为奇了。不过，目前这种培训的问题在于销售人员在掌握大量的信息之后，却在如何有效传递信息、吸引顾客购买产品这一关键问题上显得毫无信心。

那么，如何才能让你的推销充满说服力呢？为了解决这个问题，销售人员必须积极开动脑筋，保持充沛的精力，拓宽思维，满怀热情，并且坚持不懈。本书的主要内容就是教给你如何培养和运用充满说服力的推销技巧以便更好地把握机遇，特别是在提炼和升华基本推销技巧方面，本书进行了大量探讨。这就好比你已经学会了走路，而本书将教你如何跑步，并最终获得上赛场夺冠的能力。通过本书，你将很快学会如何展开收发自如、声情并茂、与众不同、卓有成效的推销演说！

本书对于那些经常需要与他人一对一交流的人，如公司经理、老师或某个团体的志愿者等人士同样适用。一般来说，有很多听众的机会未必常见；相反，

只有一个听众的情况却比比皆是。如果你想成为善于推销自己观点的人（有谁不想呢？），本书将使你获益匪浅！如果你非常珍视自己的事业，并且已经意识到善于表达观点对事业进步的重要性，那么本书将是你的“实用指南”！众所周知，是否拥有出色的演说技巧已经成为衡量当今行政管理者能力的重要指标。

三、自我评估表和范例

经理们可以采用本书提供的自我评估表去评价其销售队伍所取得的进步。个人可以借鉴这套自我评估表来衡量自己的演说技巧提高了多少。另外，本书还提供了一个在实践中使自己的推销具有说服力的详细范例。该范例向读者展示了推销过程中究竟该做什么，不该做什么，哪些地方要努力争取，哪些情况要尽量避免。这些可能对读者的帮助最大。

据我所知，至今还没有什么人能从学校里学到演讲的真谛或者能把这些“真谛”应用到销售场合中去。本书的独特之处在于，它所关注的是那些使演讲充满说服力的信息，而充满说服力的演说与一般概念上的发言有着天壤之别。读者可以在市场上发现很多有关演说技巧的书籍，其中绝大部分只会告诉你“该说些什么”，而本书还想告诉你“应该如何说”。本书想教给你的是，如何像一个辩论家一样阐述自己的观点，以及如何把技巧运用到特定的销售演说中去。当你熟练掌握各种演说技巧之后，你就拥有了充分有效地利用信息的能力。

我想，指出错误应该是向大家展示演讲精髓的最

好方式。下面我将给大家列出销售人员在演说时经常犯的9个错误，本书将教你如何避免这些错误：①应付了事；②信息传递代替了说服；③对有限的时间分配不当；④论据不足；⑤演说结尾没有引导听众付诸行动；⑥惹人烦；⑦过分依赖影像辅助设备；⑧分散注意力的手势和体态语言使用过多；⑨穿着不当。

此外，要想成为一个出色的发言人或卓有成效的销售人员，还要克服几个障碍，恐惧是其中最大的一个。接受我们调查的人大都认为他们最怕的事情就是当众发言了。如何解决这个难题呢？本书将通过寻找恐惧的根源来帮助大家找到化恐惧为力量的方法。

假如你已经做过多次演说，那么现在你也许应该改掉一些根深蒂固的坏习惯。我知道想根除它们很难，因为它们已经构成你个人风格的一部分。但是，要提高演说水平，就必须这么做，这意味着更高的目标，也意味着对自己的进一步完善。改掉以往那种寻求安逸、得过且过的态度吧。

糟糕的发言人和杰出的发言人同样让人难以忘记，而最不能给人们留下什么印象的是那些表现一般、毫无特色的演讲。要使演说既充实又令人信服并不容易，很多人对此梦寐以求。这种能力非常宝贵，获得它的人往往深感自豪，而为了实现这个梦想，我们必须克服惰性，不断追求。

四、演讲的定义及技巧

如果你一天有80%的时间都花在与人的交流上，那么，为什么不试着使你的演讲变得精彩纷呈并具有