

傅浙铭 主编

A05

8培训八段

傅浙铭 著

金典培训宝库 超级推销术1-FABE

TRAINING MAESTROS

FABE推销法，是具有高度可操作性的利益推销法。它通过4个关键环节，极为巧妙处理好了顾客关心的问题，从而顺利实现产品的销售。

广东经济出版社

● 培训八段

傅浙铭 主编

金典培训宝库
TRAINING MAESTROS
超级推销术1-FABE

傅浙铭 著

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

超级推销术 1 - FABE/傅浙铭著. —广州: 广东经济出版社, 2001.9

(金典培训宝库丛书/傅浙铭主编)

ISBN 7-80677-055-0

I. 超… II. 傅… III. 推销 - 方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 061808 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团股份有限公司
印刷	东莞新丰印刷有限公司 (东莞市凤岗镇天堂围乡)
开本	889 毫米×1194 毫米 1/24
印张	5
字数	46 000 字
版次	2001 年 9 月第 1 版
印次	2001 年 9 月第 1 次
印数	1~6 000 册
书号	ISBN 7-80677-055-0 / F·582
定价	全套 (1-10 册) 定价 150.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

销售热线: 发行部 [020] 83794694 83790316 邮政编码: 510100

(发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号)

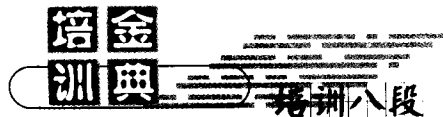
• 版权所有 翻印必究 •

（代总序）

培训经理

梦寐以求的教材来啦！

- 专为中国企业内部培训设计
- 发给受训学员的标准培训手册
- 资深培训讲师，具丰富实践经验
- 实用导向，理论为辅
- 重点突出，一目了然
- 版面清新，生动活泼
- 大量的进修指南，方便学员不断深造
- 现成“讨论测验题”
- 配套自助培训软件（SST）
- 全功能配套网站（金典培训网）
- 培训策划指导





- 十年免费答疑
- 免费下载大量增值信息
- “留言板”特别个人服务
- 特设“批量订购”服务
- 选题丰富，涵盖全部管理内容
-

是不是该有的全有了？以区区 15 元的代价不该有的都有了哩！当然，这仅仅是我的看法，最后还得由您来定。请按照目录中的项目随便翻翻，您会感到满意的。

顺便提请《**培训金典**》的读者朋友注意，《**培训金典修订版：培训经理手册**》、《**培训金典修订版：学员手册**》即将出版啦，我正在琢磨如何给老读者一些特别的关照，请帮忙给出个好主意哦！（fzm@trainingsoft.com.cn）

傅浙铭

于 2001 年 7 月 18 日

目 录

•	(代总序)培训经理梦寐以求的教材来啦!	1
•	开场白	1
□	1 FABE 是什么?	3
•	A 理解推销	5
•	B 草率失当的推销训练	8
•	C 诊断推销	9
•	D 推销的精髓	14
•	E FABE 定义	16
•	F F-特性 (features)	18
•	G A-优势 (advantages)	20
•	H B-利益 (benefits)	22
•	I E-证据 (evidence)	24
•	J 培训宝鉴	26
•	讨论思考题	27



	2 如何制作 FABE 表	29
	A 人人参与	31
	B 集体智慧	32
	C 参照实践经验	33
	D 具体操作法	34
	E 注意事项	37
	F 配套功夫	39
	G 培训宝鉴	41
	讨论思考题	42
	3 样板示范：红酒推销	43
	A 背景描述	44
	B F-特性 (features)	46
	C A-优势 (advantages)	48
	D B-利益 (benefits)	51
	E E-证据 (evidence)	53
	F 总表	55
	G 培训宝鉴	56

	讨论思考题	56
4	FABE 为什么有效	59
A	完美的说服过程	60
B	与其他推销技巧的配合	62
C	与其他营销措施的配合	64
D	与营销管理的配合	65
E	对整体管理的贡献	67
F	能保密吗?	68
G	培训宝鉴	70
	讨论思考题	71
5	如何才能更有效	73
A	真正去用	74
B	不断反馈	75
C	及时升级	77
D	良性循环	79
E	培训宝鉴	80
	讨论思考题	81



附件	83
A FABE 表	84
B FABE 2.0	85
C 推销流程	88
D 29 种排除疑难的特殊推销技巧	89
E 谈判三要素	90
结束语	97
讨论测验题	99
好书推荐	101
优秀网站	103
培训后尚有疑问怎么办?	105
如何联系作者	107
如何免费获得大量增值信息	108
配套自助培训软件 (SST)	109
《金典培训宝库丛书》部分书目	111

开场白

让我们先来看看当今推销所处的状态：

1. 推销、推销员形象不好：门上“推销免进，面斥不雅”的贴纸，即使好不容易混进去后遇到的冷脸，几乎与骗子同名的社会形象等等，都令我们从业人员毫无自豪感，甚至连自尊心都大受打击。
2. 推销训练缺乏：推销人员常常无法获得足够的理论支持和指导，无法站在巨人的肩上，一切要靠自己去领悟，这极不合理，现在连售货员怎么笑都有培训，但恰恰是对企业成功非常重要的推销，却往往没有像样的训练。
3. 异化严重：现阶段行业内外都有一种轻视推销本身、强调推销外手段的推销观，特别是用“中国式公关”取代推销的现象十分普遍。我们很快就将证明这种观点是错误的、片面的，因而也是相当有害的。

4. 企业和推销人员均压力巨大：企业关心的是业绩总是上不去，而推销员却感到无计可施，想做好，但不得其门而入，当然也十分苦恼。

所以，在这样的背景下来探讨推销问题，很有必要，也很有意义。希望大家能多动脑筋，使本次培训更有成效。



结论

说是“忧心如焚”可能有点夸张，但说到推销就头痛却是极为普遍的现象。

Chapter 1

FABE 是什么？



你将掌握



推销的本质和精髓



FABE 推销法



说服四要素

培金
训典

培训八段



疑难分析

为了成为一个成功的推销人员，我们应该怎么办？学什么？如何学？跟谁学？

本教程着重讨论的，不是那些挖空心思的什么“秘诀”、“绝招”，而是一种建立在尊重顾客、平等相待基础上的科学推销技巧，这里没有任何玩弄技巧的不良居心，没有任何地方是靠利用别人的无知、软弱、缺乏信息、心软等来获得自己的利益，因此你可以理直气壮地学、理直气壮地用。



特别提醒

从顾客的心理来说，谁也不愿意上当受骗，因此它们总是倾向于向他所信任的人和公司购买，这实在是一个很简单的道理。

然而，我们以前学习、强调的种种推销技巧、方法，其实都是与这一点背道而驰的，顾客可能当时无法察觉而堕入其中，但在事后总能反应过来，那时就会有很大受骗感，从而在心底里对你排斥，第二次你就不用指望了。所以，怪不得推销会如此辛苦，因为你每次都是在开发新顾客，众所周知，要使一个对你一无所知的人开始信任你，要比与一个老顾客交往艰难得多，压力也更大，也更易受挫折。



结论

这正是许多推销员抱怨推销艰难、压力大、无乐趣的根本原因。

A 理解推销

人，是创造与提供良好服务品质的关键因素，是企业财务报表中无法量化的最大资产。优秀的推销人

员可以供给顾客超越付出价格的享受，而不良的推销人员不仅无法有效传达公司的服务理念，更可能造成不好的评价，败坏企业的名声。

因此，对推销的理解要从下列层次进行：

- ☺ 推销员是企业的代表者；
- ☺ 推销员是信息的沟通者；
- ☺ 推销员是产品知识的教育者。

从中不难推论出：公司的每一个员工都是推销人员，都肩负着营销的使命。当然，一线推销人员的重要性更形凸显，因其是接触顾客的直接环节。



警告

缺乏了这种认识，那么一线营销人员辛辛苦苦拉来的客户就会被公司总部的随便哪个人的某些不良表现吓跑。

注意，这种情况绝不是个别的，也是造成营销人员士气低落的重要原因之一。

若从高标准来要求，一个优秀推销人员的素质要求是：

- ☺ 心理成熟；
- ☺ 信心坚定；
- ☺ 富有进取心；
- ☺ 求知欲强；
- ☺ 知识面广；
- ☺ 不辞辛劳；
- ☺ 技巧娴熟；
- ☺ 灵活应变。

这其实已是超人的标准。你若自愧不如，根本不用消沉。君不见，传销和保险两个大熔炉，培养了不知多少推销高手，而原本这些人常是性格内向、不善言辞的。



活学活用

管理是可以学习的，推销也不例外。



B 草率失当的推销训练

许多营销经理对推销人员往往有一种矛盾的心态：既承认他们对销售业绩的重要性，又对他们的忠诚性戒心十足。形象地说，管理人员常常在心底里把推销人员当成“工具”，而不是正常的同事。

这种心态导致了推销人员管理的一大隐患：缺乏足够、合适的训练。而训练不足的推销人员所表现出的不理想又会强化管理者原有的成见和认知，于是，“大量招聘—草率培训—业绩差劲—大量流失—再大量招聘”的恶性循环开始了。



陷阱

每个持有上述观念的营销经理都会举出足够的理由来论证自己的合理性，但论证并不能解决推销人员管理的低效、辛苦和失落感。

想要打破怪圈，必须要有新思维。