

How to be the Best Merchandiser

掌握关键 · 赢取商机

如何成为 业务高手

由于环境的
存与发展必须要
并且能随时像大
正航道。要成为
别人更能发现自
的销售员已不是
可挣得生机，而
察，以智慧发掘
实，以高超的判断力加以分析利用，达到开拓业务的目标。



巨变，企业的生
有正确的观念，
海航行的船只校
胜利者就必须比
己的缺点。今日
以往凭体力，就
是靠细心的观
别人忽略的事

中国书籍出版社

如何成为 业务高手

管仁健/编

中国书籍出版社

图书在版编目(CIP)数据

如何成为业务高手/管仁健编. - 北京:中国书籍出版社, 1997. 10

(经营管理系列丛书)

ISBN 7-5068-0684-3

I. 如… II. 管… 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 19747 号

(京权)图字:01-97-1753 号

责任编辑 龚关

封面设计 兆德

*

中国书籍出版社出版发行

(北京市西城区西绒线胡同甲 7 号 邮政编码:100031)

北京市王史山胶印印刷厂印刷 全国新华书店经销

*

850 毫米×1168 毫米 32 开本 7 印张 120 千字

1997 年 10 月第 1 版 1997 年 10 月第 1 次印刷

*

印数:1-15000 册 定价:11.80 元

目 录

出版导言	(1)
前 言	(3)
第一章 对业务要有绝对的自信	(5)
第二章 自信的秘诀	(27)
第三章 迈向成功之路的 思考方式与作战行动	(71)
第四章 商务谈判必备的技巧	(103)
第五章 吸引顾客的 说话方式与交际方式	(131)
第六章 当你对工作感到 厌烦时该如何解脱	(161)
第七章 迈向成功之路的 自我管理术	(183)
尾 章 跋——培养自己的生命	(215)

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，人类本身也算是充分利用的资源，如果这样的话，那么前句的“经济学”也可以改称为“管理学”了，无怪乎“管理学”被称为当今世界的“显学”，上自达官贵人，下至贩夫走卒，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，则非仰赖管理不可，否则，有朝一日人类一定会步上脱序混乱及分崩离析之途。

另一方面，中国人普遍存有“宁为鸡首，不为牛后”的心理，使管理的人与被管理的人之间一直缺乏良性的互动关系及正确的行为准则，这也造成社会大众对管理学的需求日益殷切，当然，也使得每个人皆欲进入管理的殿堂。

可惜的是我们却把它视为是学院内传道授业的学科,凡夫俗子及离校多年的人均无缘见一面,使得它原本通俗的本质被冠上一层曲高和寡的神秘面纱。

出版一系列的“经营管理丛书”,正是要协助你走进管理的世界,使管理一词不再教条化与空洞化,而是十分生活化与通俗化地和我们大家紧系在一起。

管理学的探讨并不是公司主管才有的专利,主管固然可利用它以使企业走上轨道,而一般人也可利用它来达到“修身”“齐家”的目的,至于政治家们更可借它来达到“治国”“平天下”的理想境界,这不是侈言高论,也不是夸夸而谈,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、企业及社会更崭新的一面。

在现今经营管理书籍汗牛充栋之时,本书竭力挑选出足堪代表的著作引介,希望在信息爆炸的今日世界,中国人经营管理的观念能不落人后,对于社会再教育一尽绵薄之力。

前 言

本书的目的在于帮助业务员或经营干部，了解销售业务的真正意义；更希望对公司的经营有所助益。

本书的内容有几项特点：

一、本书所举的例子都是真人真事。有些公司的业务员到别家公司服务时，会换上对方的制服，表示与对方站在相同的立场。本书也是希望以真人真事，来告诉业务员一些亲身的体验。

二、本书所列举的事例，包含了各行业销售人员的经验，其中有医药、食品、建材、房地产、汽车、机械、乐器、化妆品、保险、农业、证券等。

三、本书提供各顶尖业务员的亲身经历与成功经验，这些经历都是访问当事人之后，依据当事人所说的内容整理出来的，希望能够提供大家做为借鉴。

四、除了由各行各业的业务员，提供的亲自经历之外；本书也提供了一些从其他书籍得来的知识。例如本书中提到的“睡眠记忆法”，就曾经被社会大众广泛地应用。

现今的制造业，技术水准都已经大幅度地提高，商品的品质差异已经不大。因此，销售业绩的好坏靠的就是广告与宣传，而业务员的表现正是最后的决胜关键。今后的商业交易趋势已经走向人际化，也就是说人的因素更甚于商品本身。希望你也能在这样的时代里，取得成功者的一席之地。

第一章

对业务要有绝对的自信

1 业务员的工作对自己有一举三得的好处

具有“兰花”般的敏感与“野草”般的强韧

有项以各大企业最高主管为对象所做的问卷调查是：“当你初入社会时，你所担任的第一个工作是什么？”

结果名列榜首的答案是“业务部门的工作”，这个答案的顺序，从十年前至今依然没变。你知道这是什么原因吗？

业务部门的工作不但视野辽阔，而且可以接触到各式各样的人。以人为例，这个工作所接触到的人可说是“五光十色”，各有不同特色，感受也各不相同。每个人都具有不同的想法和兴趣，性格也各不相同。因此，从事业务部门的工作，就一定会接触到各式各样的人，并且由此开拓视野。

不只是许多企业界的名人，在年轻时曾经从事过业务部门的工作；就是许多作家或政治家，也是由于曾经从事过业务的工作，而磨练出担当伟大职务的性格。而且，有过这些经历的人，不论是在其作品之中，或是在其经营、从政的手法之中，都充满了犀利的心理洞察力。

如果你已决定要开始或继续担任业务员的工作，就一定非看本书不可。

第一、这工作可以提高自己的敏感度。业务员的工作，必须接受各式各样的人和各种场面的磨练；当你递出名片的一刹那，正好可以反省自己是否有礼貌不周的地方。这可是其他任何工作都没有的好机会，借助不断地与人接触的机会来锻炼自己。

第二、这工作正是培养性、执着、耐性的绝佳环境。担任业务员不但要做好分内的工作，还必须站在阵前作战，这和其他担任后方支援工作的职务大不相同。对业务员而言，每天都是竞争激烈的战场。在这个枪林弹雨的战场之中，你必须具有细心而灵敏的感触，更必须具有坚韧的生命力，就像是野草一般——野火烧不尽，春风吹又生。

由于你的努力，不但培养出敏锐的触感，也具备了坚韧的生命力，同时，也为自己赚进了钞票，这正是一举三得的好处。

2 业务、销售是通往顶峰的最佳捷径

手段高明的领导者在担任业务员时，即培养出超群的领导力。

根据前项调查结果显示：“出身于业务、销售部门的领导人”，以 39.7% 的高比率居各项之冠。但这并不表示业务、销售的工作，是通往顶峰的最佳捷径。这里有个实际的例子可以介绍给大家。

位于台北市东区的房地产业者 N 公司，成立于 1977 年；但在此之前，该公司已在中南部拥有不少建筑物，在台北成立公司之后更是生意兴隆，年营业额高达数十亿。该公司老板 S 先生，原来就是个手腕很高明的业务员，然后一直做到业务部经理，最后自己当老板。

另外台中也有家 T 开发公司，这家公司从台中向南发展到高雄，如今已是当地首屈一指的开发公司。该公司之所以选定往南发展，而不往台北都会区凑热闹，且最后能够成为知名的公司，就是由该公司 K 总经理以其独到的眼光所做的决策。这位 K 先生原来也是从销售的工作做起，所以他知道什么样的产品最符合市场的需求，K 先生目前已是各家职业训练班的热门老师。

经由业务工作直接与顾客接触，在销售产品的经验

中,也可以学习到各种人生哲学。当你接触到人情危机时,你会反省:“人究竟是为何而生?”想到这里,你就知道对顾客提供各项服务的辛劳,及所忍受的一切,并不是为了别人,而是为了自己的人生,因此能够涌出一股“非超越他人不可”的力量,而这股力量就是产生优秀领导者的最佳驱动力。

总之,业务、销售工作是通往领导者的最佳捷径。

3 革除恶习的方法

“过些日子”的想法和“做不到”没有两样

很多年轻人大概都不知道,为什么人车要靠右边走,其实这只是个习惯的问题而已,例如邻近的香港或日本的习惯就和我们不同。在全球的行车习惯原本也是靠右行驶,这可以说是受到美军占领后留下的后遗症,到了1978年7月30日,日本的冲绳县颁布“人靠右、车靠左”的规定。这项规定颁布后不久,即发生了不少交通事故,媒体把这些事故称之为“7·30事故”。许多驾驶人虽然不断地提醒自己,“从今之后要靠左行驶”,但仍然不由自主地向右行驶。

由这个例子可以知道,要革除习以为常的习惯,是很不容易的一件事。

一个人一旦养成了习以为常的“恶习”，就像是吸毒一样，明知道非戒除不可，却戒不掉。对业务员而言，非戒除不可的“恶习”有那些呢？例如：

- 早上赖床。
- 拖拖拉拉地走进公司。
- 即使明知道该写一张道谢的信函，却仍以自己笔墨不佳而做罢。
- 下定“一天非拜访几位新客户”的决心，却不能持之以恒。
- 下定决心“每个月要读一本新书”，却不能持之以恒。
- 了解产品销售出去后，一周内必须追踪服务，但却未付诸实际行动。

以上这些都是不因时代变迁而改变的原则。

B 君曾担任某缝纫机公司的销售工作，初次推销即承接了某洋裁补习班的试购订单 15 台，B 君欢天喜地地认为这可是个好的开始，说不定后面还有更多的订单。过了一个月，对方仍然没有任何回音，B 君于是决定再度前往拜访。该洋裁补习班负责采购的人，见到 B 君时就说：“对不起，我们已经决定改购另一厂牌的产品。”“为什么呢？难道是我们的产品不好？”B 君急切地问道。“不是这样，因为你从卖了东西之后，一直没有再

与我们联络,连电话也不来一次,这样的服务态度令我们失望!”

人们总是以忙碌为借口;“过些日子再说吧?”这简直就是推卸责任的想法。要革除恶习,就必须具备承认“原因在于自己”的勇气。

4 能不能成功,差别就在工作欲望

具有“吃定了这行饭”的意念及责任感

曾经有某问卷调查,以 5000 位 20 岁以上的男女为对象,进行“有关交通安全的意识”调查。其中有 95% 的人,认为“自己大致遵守交通规则”;却有高达 80% 的人,认为“别人很容易违反交通规则”。

这可真是个很有意思的数据。换句话说,大部分的人都认为问题不在于自己,而在于别人。这也就是说,大部分的人都不自觉,问题其实就是出在自己的身上。

另外有一项以各大企业为对象所做的问卷调查:

从这项调查结果可以看出,有半数以上的企业期望新进人员,能够具有“积极性”及“责任感”;但实际上却只有 23.8% 的人符合“积极性”,4% 符合“责任感”。

这项调查的结果,虽然并非绝对的精密,但所显示出的倾向却是正确的。也就是说没有旺盛的意念及不

够积极的人,即使是拥有很高的学历,或是头脑很灵活,还是不能创造很好的业绩。

责任感薄弱也是这样,而责任感的培养,必须要有强烈“自己吃定了这行饭”的决心,才能逐渐拥有。

自己下定决心“吃定了这行饭”,才能够全心全意地投入工作,以积极的态度及旺盛的企图心与责任感,来开拓自己的工作领域。例如,台塑企业的王永庆,就不是拥有高学历的人;但却靠着自己的积极性及责任感,而成为首屈一指的企业家。

即使没有高等学历,也能够靠着自己的意念及积极的人生态度,来改变自己的人生。

5 凡事都抱持着“忍耐”态度的人才是强者

顶尖的业务员要能把握每一分钟

要成为业务高手的首要条件,就是先抱定“吃定这行饭”的决心。决定要靠棒球吃饭的人,才会成为职棒选手。

业务员就是靠销售吃饭,所以也需要下定决心,把销售当成自己的吃饭本领。

依据经济日报针对七百位各大企业中顶尖的业务员,所做的实际生活状况调查可以了解,成为一位顶尖