

汇大师成功经验之菁华

集名家谋略技巧之大成

推销智慧全书

上

夏年喜等 / 主编



XA134/0?

13.3
152
2.2

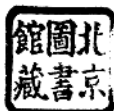
推销智慧全书

(下 册)

夏年喜 王曦 贾红 主编



工商出版社



C

270740

前 言

推销，在我国是一个古老而新鲜的话题。说古老，是指它“古已有之”，一直存在于生活中；说新鲜，是指它从未受到应有的重视，更未对其加以科学研究。

不过，现在，一种观点已经被越来越多的人接受，那就是：人生无处不推销，人人都是推销销售员；同时，对推销的研究探讨、尤其是国外相关成果的引进，也有了长足的发展。

近年来，介绍推销的著作不少，但大多比较零碎、散乱，而且有许多是个别人推销经验的总结，未必具有普遍性。针对这种情况，我们编写了这部《推销智慧全书》。此书系统探讨了推销的方方面面，比较完整地建构了推销学的框架；全面总结了世界成功推销人士的经验教训。就此，这部书可说是既具理论性，又具有很强的实践指导价值。

本书是集体劳动的结晶，全书由夏年喜、王曦、贾红等编写并统稿，参加编写的还有汪琼枝、潘彬婷、丁天球、金歌、李剑霞、王琳、董云竹、李岩梅等。

编写过程中，参阅了不少相关论著，在此对各位作者深表谢忱。

编 者

1997年4月

目 录

第一部 高屋建瓴:推销大策略

第一章 推销的庐山真面目	(3)
一、古老而又年轻的推销	(3)
二、无处不在的推销	(5)
1. 推销究竟是什么	(5)
2. 推销与市场营销	(5)
3. 推销的特点	(7)
三、中国市场需要王牌推销员	(9)
四、推销是理想的工作和事业	(10)
第二章 你推销什么	(13)
一、推销产品,更是推销利益观念和需求满足	(13)
二、顾客购买动机的原动力——需要	(16)
1. 需要类型及与之对应的产品类别	(16)
2. 顾客的购买动机	(18)
三、熟谙人性,开启推销之门	(20)
第三章 购买行为与推销	(23)
一、个性心理特征	(23)
1. 能力	(23)
2. 气质	(24)
3. 性格	(25)

4. 关于气质的另一种分类	(26)
二、顾客类型	(37)
1. 典型顾客类型模式之一	(39)
2. 典型顾客类型模式之二	(42)
3. 不同年龄的顾客	(47)
4. 顾客的 17 种职业类型	(48)
三、个人购买决策过程	(51)
1. 5W1H 理论	(51)
2. 购买决策过程	(53)
四、组织购买行为	(54)
1. 组织购买的主要特点	(54)
2. 组织购买的类型	(55)
五、推销方格理论	(56)
1. 推销员方格	(56)
2. 顾客方格	(59)
3. 推销员方格与顾客方格的关系	(60)
 第四章 推销方式	(63)
一、爱达公式(AIDA)	(63)
1. 第一步:集中顾客注意力	(63)
2. 第二步:引起顾客的兴趣和认同	(65)
3. 激发顾客的购买欲望	(66)
4. 促使顾客采取购买行动	(67)
二、迪伯达公式(DIPADA)	(68)
1. 准确发现顾客的需求与愿望	(68)
2. 把推销的产品与顾客的需求和愿望结合起来	(69)
3. 证实推销的产品符合顾客的需求	(71)
4. 促使顾客接受推销的产品	(71)

5. 刺激购买欲望	(72)
6. 促成购买行为	(72)
三、费比公式(FABE)	(72)
 第五章 推销的沟通艺术	(74)
一、沟通原理	(74)
1. 影响沟通有效性的三个因素	(74)
2. 适应性推销与交往模式	(76)
3. 适应性推销与适应能力	(80)
二、沟通形式	(83)
三、语言沟通艺术	(85)
1. 多种多样的推销语言	(85)
2. 推销语言的技巧性	(86)

第二部 步向成功:成为伟大推销员

第一章 推销员必备素质	(91)
一、你是否合适做推销员	(91)
1. 与推销事业的“缘分”	(92)
2. “量出为入”的动力支撑	(92)
3. 苟日新、日日新、又日新	(93)
4. 要能吃苦耐劳	(94)
5. 得失不那么太看重	(94)
二、推销员必备的四大素质	(95)
1. 自信充满魔力	(95)
2. 热情打动顾客	(97)
3. 坚韧不拔导向成功	(100)

4. 勇气突破障碍·····	(101)
三、人是可以改变的·····	(106)
1. 必须战胜你自己·····	(106)
2. 总结经验教训·····	(107)
3. 向优秀推销员学习·····	(108)
 第二章 推销员自我管理·····	(111)
一、订立自己的目标·····	(111)
1. 订立目标的意义·····	(111)
2. 以什么为依据·····	(112)
3. 订立及运用的原则·····	(113)
4. 订立目标的技巧·····	(113)
二、时间就是金钱·····	(114)
1. 长时间工作是成功秘诀·····	(115)
2. 节约时间的方法·····	(116)
3. 规定时限并说“不”·····	(118)
4. 大师们的时间表和钟表·····	(119)
三、计划与考绩·····	(121)
1. 计划的制订及其原则·····	(121)
2. 计划表·····	(123)
3. 考绩的内容及原则·····	(126)
4. 分析表与核对表·····	(127)
 第三章 营销管理与推销员·····	(131)
一、推销员的招聘·····	(131)
1. 招聘广告要有魅力·····	(132)
2. 严格把握招聘条件·····	(133)
3. 设制完整的履历表·····	(134)

4. 面试很为必要·····	(136)
二、推销员的培训 ·····	(138)
1. 培训体系与内容·····	(138)
2. 培训原则与方法·····	(140)
3. 推销员的再训练·····	(141)
4. IBM 的推销员学校 ·····	(143)
三、推销员的管理 ·····	(146)
1. 明确职务责任·····	(146)
2. 遵守职业道德规范·····	(148)
3. 执行行动准则·····	(151)
4. 颁行工作手册·····	(154)
5. 填写推销日报表·····	(155)
四、考绩与奖惩 ·····	(156)
1. 考绩的内容与方法·····	(156)
2. 如何奖惩·····	(160)
 第四章 训练与测试 ·····	 (162)
一、能力、潜力的训练与测试 ·····	(162)
1. 推销员成功商数的测试训练·····	(162)
2. 成功推销员基本个性的测试与训练·····	(167)
3. 推销员成功倾向的测试与训练·····	(169)
4. 推销员潜力测试 25 题 ·····	(171)
5. 成功推销员的 40 个问题 ·····	(173)
6. “哈佛”成功销售经理的测试与训练·····	(177)
二、效率的训练与测试 ·····	(179)
1. 准顾客资料分析训练·····	(179)
2. 初次印象测试 15 题 ·····	(186)
3. 身体语言测试 12 题 ·····	(187)

4. 推销员克服成功障碍的测试与训练…………… (189)
5. 销售习惯的训练与改变…………… (193)
6. 推销果断程度测验…………… (196)
7. 核对一天的一切行为…………… (199)
8. 时间耗用检讨表…………… (201)

第三部 奇招秘诀:推销谋略与技巧

- ### **第一章 寻找推销对象的秘诀…………… (205)**
- #### **一、推销工作从寻找推销对象开始 …… (205)**
1. 寻找推销对象是推销活动的难点…………… (205)
 2. 有效地寻找推销对象可以提高推销的成功率…………… (205)
- #### **二、寻找顾客的心理准备 …… (206)**
1. 推销需要自信…………… (207)
 2. 为自己的职业而自豪…………… (209)
 3. 养成随时发现潜在顾客的习惯…………… (210)
 4. 广泛的兴趣和聪慧的头脑…………… (211)
 5. 敏锐的观察力和正确的判断力…………… (212)
- #### **三、如何有效地寻找推销对象 …… (212)**
1. 通过查阅有关资料寻找顾客…………… (212)
 2. 咨询为推销开路…………… (213)
 3. 通过广告征集信息寻找推销对象…………… (214)
 4. 用户可以提供新的推销对象…………… (215)
 5. 分析竞争对手,寻找推销对象 …… (215)
 6. 通过邮寄信件寻找顾客…………… (217)
 7. 通过中心人物的影响寻找新顾客…………… (220)
 8. 利用电话寻找目标顾客…………… (220)

9. 齐藤竹之助开出的妙方·····	(223)
10. 美国推销员培训机构的建议·····	(224)
四、要估量准顾客的购买资格·····	(227)
1. 推测对方手头是否充裕的几种办法·····	(227)
2. 如何全面评价准顾客·····	(228)
3. 任何业种的推销员都要有准顾客卡·····	(231)
 第二章 约见技巧·····	(233)
一、约见是决定推销成败的重要环节·····	(233)
1. 成功的接近以约见为前提·····	(233)
2. 取得顾客的信任, 少吃“闭门羹”·····	(233)
3. 约见可以节约时间, 提高成功率·····	(234)
4. 约定拜访可以尽快涉入正题·····	(234)
5. 找到最合适的洽谈对象需要预约·····	(235)
二、准备好了再约见·····	(235)
1. 约见要有精神准备·····	(235)
2. 约见要确定具体的访问对象·····	(236)
3. 顾客不会接受没有理由的约见·····	(237)
4. 选择恰当的时间约见·····	(238)
5. 约见要方便顾客·····	(239)
三、电话约见技巧·····	(240)
1. 电话约见是约见的重要方式·····	(240)
2. 电话约见有要求·····	(241)
3. 问题解决约见技巧·····	(242)
4. 信函预寄约见技巧·····	(243)
5. 连带推销约见技巧·····	(243)
6. 真心致谢约见技巧·····	(244)
7. 消除障碍约见技巧·····	(244)

8. 电话约见要言简意赅·····	(246)
9. 如何使对方愿意与你交谈下去·····	(247)
10. 如何同买主通话·····	(251)
四、让对方重视你的信函 ·····	(253)
1. 书信约见是与顾客约见的主要渠道·····	(253)
2. 书信写作技巧·····	(253)
3. 书信语言表达技巧·····	(254)
4. 诱导阅读书信技巧·····	(255)
五、熟人好办事 ·····	(256)
1. 委托约见有好处·····	(256)
2. 与接待小姐交朋友·····	(257)
 第三章 接近技巧 ·····	(259)
一、顾客在推销活动中至高无上 ·····	(259)
1. 接近要引起顾客的注意和兴趣·····	(259)
2. 顾客不关心你的产品是什么, 他关心你的产品能干什么·····	(259)
二、如何拥有良好的外表形象 ·····	(260)
1. 第一印象最重要·····	(260)
2. 良好的外表形象是多种因素的综合体现·····	(261)
3. 利用你的服装去赢得顾客·····	(261)
4. 如何使你的仪容让顾客满意·····	(264)
5. 微笑是建立信赖的第一步·····	(265)
6. 姿态不容忽视·····	(268)
7. 与顾客保持一定距离·····	(270)
8. 名片递交法·····	(271)
9. 讲究礼节能够获得顾客的信任·····	(272)
三、引起顾客注意的说话技巧 ·····	(273)

1. 说好第一句话·····	(273)
2. 利益接近技巧·····	(273)
3. 赞美接近技巧·····	(274)
4. 利用悬念接近·····	(276)
5. 提出问题接近技巧·····	(278)
四、激发顾客兴趣的动作技巧 ·····	(279)
1. 演示接近技巧·····	(279)
2. 解决问题接近技巧·····	(279)
3. 产品接近技巧·····	(281)
4. 赠送礼品接近技巧·····	(281)
 第四章 面谈技巧 ·····	(283)
一、面谈要使顾客的兴趣转化为购买意念 ·····	(283)
1. 面谈的目的·····	(283)
2. 随时准备答复顾客的疑虑·····	(284)
二、推销面谈的语言艺术 ·····	(285)
1. 交谈必须遵循的原则·····	(285)
2. 面谈的基本语言技巧·····	(286)
3. 如何使讲话引起对方的好感·····	(287)
4. 学会附和对方·····	(288)
三、面谈中谛听的艺术 ·····	(290)
1. 谛听比谈论更为重要·····	(290)
2. 专心致志地谛听·····	(291)
3. 对顾客的话表现出极大的兴趣·····	(291)
4. 不要打断顾客的谈话·····	(292)
5. 有鉴别地谛听·····	(293)
四、面谈中询问的技巧 ·····	(293)
1. 巧妙询问, 驾驭谈话 ·····	(293)

2. 避免提出与顾客正面冲突的问题·····	(294)
3. 掌握一定的询问技巧·····	(294)
4. 探索式询问技巧·····	(295)
5. 诱导式询问技巧·····	(296)
6. 选择式询问技巧·····	(297)
五、产品说明的技巧 ·····	(298)
1. 说明要将产品功能转化为顾客利益·····	(298)
2. 产品真有如许效用·····	(300)
3. 怎样完成转化·····	(301)
4. 产品说明的 5 种方法·····	(302)
5. 成功范例一则·····	(306)
6. 生动形象的说明·····	(309)
 第五章 消除顾客异议的技巧 ·····	(311)
一、推销是从被顾客拒绝开始的·····	(311)
1. 推销员面对的往往是有异议的顾客·····	(311)
二、顾客会提出哪些异议·····	(312)
1. 对产品价格的异议·····	(312)
2. 对推销员本人的异议·····	(314)
3. 其他方面的异议·····	(316)
4. 顾客异议的 19 个信号·····	(319)
三、转化顾客异议的原则·····	(321)
1. 事前做好准备·····	(321)
2. 选择恰当的时机·····	(322)
3. 争辩是推销的第一大忌·····	(323)
4. 推销员要给顾客留“面子”·····	(324)
5. 学会及时结束销售·····	(324)
四、消除顾客异议的步骤·····	(325)

五、处理顾客异议的具体方法和技巧	(326)
1. 直接驳正法	(326)
2. 间接否认法	(328)
3. 转化法	(330)
4. 截长补短法	(332)
5. 反问巧答法	(332)
6. 置之不理法	(334)
六、常见异议的对策和实例	(336)
1. “不要, 不要, 我们已经有了”	(336)
2. “我们没地方放”	(337)
3. “没钱, 买不起”	(337)
4. “太贵了”	(338)
5. “不要这个, 要那个”	(339)
6. “我总觉得新产品靠不住”	(340)
7. “我考虑考虑”	(340)
8. “不和先生商量一下, 不好决定……”	(341)
9. “我不太清楚, 不好决定”	(345)
10. “这根本不合理”	(346)
11. “以前使用过, 但效果不好”	(346)
12. “我的好朋友在××公司上班”	(347)
13. “孩子还小”	(348)
14. “不看, 不需要”	(349)
15. “只看样品不行, 希望看到实际的……”	(350)
第六章 成交技巧	(351)
一、推销的目的在于赢得交易的成功	(351)
1. 成交是推销员奋斗的最终目标	(351)
二、成交的基本策略	(352)

1. 及时捕捉成交信号, 当机成交	(352)
2. 把握成交机会, 适时成交	(354)
3. 消除心理障碍, 促成交易	(355)
4. 正确对待顾客的否定	(356)
5. 创造单独洽谈环境, 防止第三者介入	(357)
6. 帮助顾客权衡利弊	(358)
7. 充分利用最后的成交机会	(359)
8. 保留一定的成交余地.	(360)
三、成交的具体方法和技巧	(361)
1. 直接请求技巧	(361)
2. 暗示成交法	(363)
3. 假定成交技巧	(364)
4. 强迫选择成交技巧	(367)
5. 小点成交技巧	(368)
6. 异议成交技巧	(370)
7. 最后一分钟成交法	(371)
8. 对犹豫不决顾客的推销方法	(372)
9. “大 T”技巧	(373)
10. 对挑三拣四客户的推销方法	(373)
11. 激将成交法	(374)
12. 欲擒故纵法	(375)
13. 从众成交法	(377)
14. 最后手段成交法	(378)
四、增加你的交易额——启发式成交	(380)
1. 什么是启发式成交	(380)
2. 如何进行启发式成交	(380)
3. 站在顾客立场上, 想顾客之所想	(381)
五、如何在成交关头把握自己	(382)

1. 让顾客感觉是自己在作选择·····	(382)
2. 从容镇定,把握自身情绪·····	(382)
3. 沉默是金·····	(383)
4. 不妄加评论·····	(383)
5. 不轻易让价·····	(384)
六、结束是下次推销的开始·····	(384)
1. 不要忘记为下次推销铺平道路·····	(384)
2. 留给顾客一个难忘的背影·····	(385)
3. 不要忘记顾客·····	(386)

第四部 名家风范:推销大师成功路

第一章:西方推销世界的巨人·····	(391)
一、大器晚成的推销员·····	(391)
1. 穷困潦倒时·····	(391)
2. 苦练推销技巧·····	(393)
3. 以优质低价赢得市场·····	(395)
二、他把安全剃刀推销给全世界·····	(396)
1. 产品设计联系着销售·····	(397)
2. 注重推销手段·····	(398)
3. 需要是销售之源·····	(399)
三、成功从卖刷子开始·····	(400)
1. 做生意不能忘记为顾客需要着想·····	(400)
2. 当老板而把推销放在首位·····	(401)
3. 佛勒推销员守则·····	(402)
四、推销成功观念的天才·····	(404)
1. 独树一帜的人·····	(404)

2. 推销致富方法而不是财富本身	(406)
3. 人人都有尚待开发的潜力	(407)
五、成功的女推销大师	(409)
1. 力夺“销售皇后”	(409)
2. 独特推销员管理机制	(410)
3. 成功源于自信	(411)
六、弃官不做当推销员	(412)
1. 受益匪浅的推销路	(413)
2. 点石成金，化腐朽为神奇	(414)
七、汽车大王眼中的“最佳推销员”	(416)
1. 从推销员到经营橡胶轮胎	(416)
2. 推销员的伯乐精神	(417)
3. 汽车大王眼中的“最佳推销员”	(418)
八、他让同胞“黑得更美丽”	(419)
1. 悲惨的推销员生涯	(419)
2. 推销首先需诱导需要	(420)
3. 从“先尝后买”到“烘云托月”	(422)
4. 实事求是，“黑得更美丽”	(424)
九、从记者到市场“拳击手”	(427)
1. 一怒之下改行经营	(428)
2. 产品需要相应的市场	(429)
3. 借风使舵的推销高招	(430)
4. 随销售、随访问	(431)
5. 创出一片新天地	(432)
十、被称为“骗子”的推销员	(433)
1. 早年受骗的生涯	(433)
2. “骗子”般的招徕手法	(434)
3. 反传统的推销观念和辉煌成就	(435)
