

伟大的推销员具备一切成功者的优点



热忱 进取 自信 自励 毅力 机智 勇气
积极暗示 合理规划 团队精神 伟大人格
自我推销 完美沟通 驾驭对手 超群创意

原一平

推销学全书

据权威统计：世界上90%以上的巨富
是从推销干起的
每个百万圆桌会员的历程都是现代成功学的实践案例
推销赋予人成功致富的素质、历练和才干

原一平的《推销员之道》、《撼动人心的推销术》
是战后日本推销学的经典之作，风靡全世界
被各行业推销员奉为行为的圭臬

兵器工业出版社

98
F715.3
195
2:1

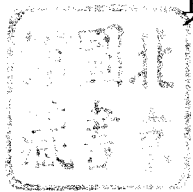
原一平

推销学全书

(上)

欧阳云 张 弘 主编

X42.601.1



兵器工业出版社

C

573609

图书在版编目(CIP)数据

原一平推销学全书/欧阳云、张弘主编. —北京:兵器
工业出版社, 1997. 10

ISBN 7-80132-380-7

I .原… II .①欧…②张… III .推销-经验 IV .F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 22798 号

责任编辑:周宜今

原一平推销学全书

欧阳云 张 弘 主编

兵器工业出版社出版发行

(北京市海淀区车道沟 10 号)

各地新华书店经销

北京市云浩印刷厂印装

开本:850×1168 1/32 印张:27.5 字数:655 千字

1997 年 11 月第 1 版 1997 年 11 月第 1 次印刷

印数:1-10000 册 ISBN 7-80132-380-7/F·148 定价:47.90 元

98
F713.3
195
2:2

原一平

推销学全书

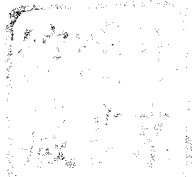
(下)

欧阳云 张 弘 主编



3 0108 2011 0

兵器工业出版社



573610

原一平——自信的男人(代序)*

日本前首相 福田赳夫

原一平先生是我还在大藏省(财政部)时就认识的朋友,算来也有40年之久了。

当时,他已经是“明治保险”的顶尖推销员。第一次与他见面,他大谈此后的保险应有的理想状态,口气热烈,语多热情。

当时我就想:是他那一股热忱在撼动人心。这种人才的辈出,定能使全体国民对保险有了正确的认识。

他相信自己,相信自己的工作,他的热情由此而生,也直通“相信别人”的观念。

我们年纪相仿,所以,交情之厚到了无所不谈的地步。三年前,他由于对保险推销员地位的提高有贡献,荣获“四等旭日小绶勋章”。当时,身为总理大臣的我,只得过“五等勋章”,我们曾经以此为话题而开怀庆祝。

这一次,他根据宝贵的经验,为后辈写出这本书,秘招不自秘,实在令人由衷敬佩。

我认为,这本书不仅仅推销员必读,经常与人接触的任何人都该一读。

* 此文是日本前首相福田赳夫为原一平《撼动人心的推销法》撰写的推荐语。

目 录

代序 原一平——自信的男人	福田赳夫 (1)
第一章 原一平奋斗史	(1)
一 少年时代	(2)
二 落魄的日子	(3)
三 脱胎换骨	(12)
四 在太岁头上动土	(19)
第二章 推销员的成功法则	(31)
第一节 战胜失败	(33)
一 原一平的七个问题	(34)
二 推销员失败的原因	(35)
三 战胜失败的方法	(39)
四 成功者的特质	(41)
五 失败只是暂时的	(45)
六 成功唯“勤”，别无他途	(49)
第二节 让自己充满信心	(51)
一 人人都是推销员	(52)
二 推销是勇敢者的职业	(54)
三 意志薄弱者难成大事	(58)
四 自信是推销员不缺可少的气质	(61)
第三节 爱与真诚带来成功	(65)
一 推销员应具有爱心	(66)

二 热爱家庭但切勿迷恋	(67)
三 原一平的家庭	(69)
四 热爱自己的商品	(73)
五 贩卖“爱的梦想”	(74)
六 真诚换来的是客户	(78)
第四节 自我激励	(81)
一 克服“推销低潮”	(82)
二 自我激励使人振奋	(84)
三 确定奋斗的目标	(87)
四 热情的力量	(90)
第五节 坚韧不拔导向成功	(95)
一 要具有钢铁般的意志	(96)
二 锲而不舍才能成功	(97)
三 再试一次的勇气	(103)
四 保持旺盛的斗志	(105)
第六节 奠定成功的基础	(113)
一 不跟无志向者在一起	(114)
二 幸运存在于实力之中	(115)
三 推销员本身决定着成功还是失败	(117)
四 成功推销员都是博学之人	(118)
五 利用一切机会学习	(124)
第三章 时间管理	(129)
第一节 推销员的时间法则	(131)
一 养成时间意识	(132)
二 胜负决定于起步	(134)

三 长时间工作是成功的秘诀·····	(136)
第二节 与时间赛跑 ·····	(141)
一 有效利用时间·····	(142)
二 提高效率的方法·····	(143)
三 制订优先顺序·····	(146)
四 善用等候与闲暇的时间·····	(149)
五 懂得对自己和别人说“不” ·····	(153)
第四章 “说”的艺术 ·····	(159)
第一节 创造美好的音色 ·····	(161)
一 创造音色是推销员的义务·····	(162)
二 创造有说服力的声音·····	(164)
三 使用买主的语言交谈·····	(168)
第二节 接近客户时的语言技巧 ·····	(173)
一 打动客户的心·····	(174)
二 如何向初次见面的客人打招呼·····	(176)
三 见面后的第一句话·····	(177)
四 千万不要打断客户的谈话·····	(181)
第三节 销售时的语言技巧 ·····	(187)
一 恭维客户·····	(188)
二 利用提问说服客户·····	(195)
三 利用比喻说服客户·····	(200)
四 利用幽默说服客户·····	(201)
五 引用小故事说服客户·····	(204)
六 利用举例说服客户·····	(208)
七 原一平的语言技巧·····	(210)

第四节 打电话时的语言技巧.....	(213)
一 电话预约的要领.....	(214)
二 电话预约的技巧.....	(215)
三 电话推销时要注意自己的音质.....	(221)
第五章 开发客源	(225)
第一节 客户的数量直接影响到推销的成绩	
.....	(227)
一 开发新市场.....	(228)
二 信息的重要性.....	(230)
三 如何寻找客户.....	(232)
四 主动搜集资料.....	(233)
五 千方百计收集信息.....	(235)
第二节 开发客源的途径	(245)
一 利用公司资源开发客源.....	(246)
二 利用个人资源开发客源.....	(248)
三 利用外部资源开发客源.....	(252)
四 请人介绍准保户.....	(253)
第三节 收集客户的有关信息.....	(261)
一 了解客户的相貌.....	(262)
二 了解客户及其家人的兴趣爱好.....	(266)
三 了解客户的其它方面.....	(267)
第四节 拥有丰富情报是鉴别客户的基础	
.....	(271)
一 成为情报丰富的推销员.....	(272)
二 如何鉴别客户.....	(273)

第六章 接近技巧	(277)
第一节 重视接近的效果	(279)
一 接近时的任务	(280)
二 争取获得接见也是一种推销	(281)
第二节 接近客户的方法	(285)
一 万无一失的接近法	(286)
二 出奇致胜	(287)
三 敲门前应注意的事	(292)
四 注意你视线的位置	(296)
五 万万不可迟到	(297)
六 勇于承认错误才能吸引客户	(299)
七 如何使客户集中注意力	(303)
八 态度上的接近技巧	(307)
第三节 接近时如何吸引客户的注意力	(313)
一 找寻共同的话题	(314)
二 利用产品	(318)
三 利用客户的好奇心	(322)
四 利用“演戏”接近客户	(324)
五 利用问题接近客户	(326)
六 利用服装接近客户	(327)
七 利用特长接近客户	(331)
八 用新鲜感吸引客户	(333)
第七章 销售技巧	(337)
第一节 推销员自身应注意的问题	(339)
一 鱼爱吃什么	(340)

二 面带微笑的人处处都受欢迎·····	(342)
三、决定推销是否成功的条件·····	(346)
四 避免过分推销·····	(350)
五 不必告诉客户太多的细节·····	(352)
六 不要害怕沉默·····	(354)
七 什么时候拿出商品简介·····	(356)
八 不要给客户施加太大的压力·····	(357)
九 不能说的实话·····	(359)
十 如何对付竞争对手·····	(361)
十一 保持镇定·····	(369)
十二 欢迎恶劣天气·····	(371)
第二节 利用客户的心理 ·····	(373)
一 利用感情·····	(374)
二 不要期待客户说：“我买” ·····	(377)
三 满足客户最微小的愿望·····	(379)
四 不要隐瞒商品的缺陷·····	(382)
五 唤起客户的要求·····	(383)
六 唤起客户的危机意识·····	(388)
七 利用客户的拥有心理·····	(390)
八 利用客户的好奇心·····	(392)
九 先讲坏消息·····	(394)
十 诱导与暗示的作用·····	(396)
第三节 作个推销需要的能手·····	(399)
一 卖象肉的故事·····	(400)
二 爱家的人最易攻破·····	(401)

三 为客户创造需要.....	(404)
四 把客户最基本的需要变成购买力.....	(406)
第四节 推销时常用的方法	(413)
一 如何进行直冲拜访.....	(414)
二 二选一推销法.....	(419)
三 促使客户当场购买.....	(422)
四 软硬兼施.....	(425)
五 掌握主动权.....	(427)
六 射将先射马.....	(432)
七 “收买”客户.....	(434)
第五节 演示推销法	(437)
一 如何演示推销.....	(438)
二 配合肢体语言.....	(446)
三 注意你的销售动作.....	(447)
四 用眼睛来推销.....	(448)
五 怎样锻炼演技.....	(449)
第六节 利用道具推销	(451)
一 利用产品推销.....	(452)
二 利用小道具.....	(462)
三 利用图案.....	(465)
四 亲手制作推销工具箱.....	(466)
第七节 向不同态度的客户推销	(469)
一 对待傲慢的客户.....	(470)
二 对待理智型的客户.....	(472)
三 对待不信任推销员的客户.....	(473)

四 对待依赖型的客户.....	(474)
五 递送保单时的注意事项.....	(477)
六 递送加收保费保单.....	(480)
第八节 讲故事推销法	(483)
一 讲故事的技巧.....	(484)
二 讲个生动的故事.....	(486)
三 收银机促成签约的故事.....	(492)
四 我是他的第三个探望者.....	(493)
五 两份工作的故事.....	(495)
六 人生的岔路口.....	(496)
第九节 完成推销的秘诀	(499)
一 古老的推销秘诀.....	(500)
二 何时该做结语.....	(502)
第十节 其它推销技巧	(507)
一 与客户大吵一架.....	(508)
二 短时间内增进推销效果.....	(509)
三 做好对待突发事件的准备.....	(511)
四 准时向公司报告.....	(514)
五 同行访问的技巧.....	(515)
六 将小额订单变成大额订单的技巧.....	(519)
七 灵活运用推销技巧.....	(521)
八 一天拜访六个客户.....	(522)
九 一场遭遇战.....	(526)
第十一节 诚意待人	(529)
一 赢得别人的信任.....	(530)

二 你诚实吗.....	(533)
三 努力就会成功.....	(534)
四 让客户自己决定.....	(536)
第八章 如何面对异议和拒绝.....	(539)
第一节 推销时被拒绝是避免不了的	(541)
一 面对拒绝时的心理准备.....	(542)
二 不要因拒绝而退缩.....	(547)
三 异议中隐含的真正内容.....	(553)
四 对客户的问题表示感谢.....	(557)
五 纠正客户不正确的观念.....	(558)
第二节 克服第一步的恐惧	(561)
一 消除疑虑和恐惧.....	(562)
二 学吃闭门羹.....	(563)
三 克服访问恐惧.....	(568)
第三节 发掘客户拒绝真正的理由	(573)
一 引出客户的真心话.....	(574)
二 水落石出法.....	(576)
三 总问为什么是否会使人厌烦.....	(579)
第四节 情感克服拒绝的威力.....	(587)
一 您的孩子会像他一样.....	(588)
二 你会伴随家人一生.....	(589)
三 每晚我都在享用父子晚餐.....	(592)
四 我们不用搬家.....	(594)
五 悲剧发生之后.....	(597)
六 你将得到我.....	(600)

第五节 客户提出拒绝或异议的反应	(603)
一 客户拒绝时肢体的反应.....	(604)
二 客户拒绝时状况的反应.....	(608)
第六节 如何处理客户的不同借口	(615)
一 要坚强地面对拒绝.....	(616)
二 引出客户的真心话.....	(617)
三 价格方面的异议.....	(619)
四 对待推销员本人的异议.....	(627)
五 对付“改天再来”的借口.....	(632)
六 对付“托辞很忙”的借口.....	(633)
七 对付“不急”的借口.....	(634)
八 对付“塞责”的借口.....	(636)
九 对付说“服务不好”的借口.....	(637)
十 对付“发年终奖金再买”的客户.....	(639)
第七节 处理拒绝和异议的技巧	(641)
一 引用事例处理拒绝.....	(642)
二 以彼之矛，攻彼之盾.....	(644)
三 利用周围事物处理拒绝.....	(645)
四 利用客户的信用.....	(647)
五 讨厌保险的客户.....	(648)
六 奚落自己.....	(651)
七 建议客户自己把保险卖给老婆.....	(651)
八 我感兴趣的是你晚年有钱过好日子.....	(652)
九 吓吓客户.....	(653)
十 把反对问题转化成一个.....	(654)

十一	把拒绝理由制作在卡片上.....	(655)
十二	提出合理的理由.....	(656)
第八节	如何不使客户拒绝	(659)
一	设法不使客户拒绝.....	(660)
二	不使客户拒绝的方法.....	(661)
第九章	对待女性客户	(665)
第一节	对待女性客户的技巧.....	(667)
一	对待女性客户的法则.....	(668)
二	引用权威的意见.....	(669)
三	不要对女性使用艰难的说明.....	(671)
四	忍受客户的怨言.....	(673)
五	利用女性的特点进行推销.....	(674)
六	出售梦想与喜悦.....	(677)
七	跳入对方的心中.....	(679)
八	对女性说些与众不同的赞美词.....	(682)
九	引发女性的思乡情怀.....	(683)
十	以感动的心情来听女性客户说话.....	(684)
十一	用温柔融化女性的感情.....	(686)
十二	营造挡不住的气氛.....	(688)
十三	一网打尽女性客户.....	(690)
十四	利用视觉刺激进行推销.....	(692)
十五	利用女性做免费宣传.....	(693)
第二节	对待不同的女性客户	(697)
一	如何攻下女性上班族.....	(698)
二	协助开店.....	(700)

三	如何向阔太太推销·····	(701)
四	说服母亲先要说服孩子·····	(703)
五	受欢迎也不一定是好事·····	(705)
第十章	推销之后的推销·····	(707)
第一节	推销后的收尾工作·····	(709)
一	推销员应牢记的信条·····	(710)
二	一定要收取订金·····	(712)
三	接到订单后应注意的事·····	(714)
四	签约之后的谈话·····	(716)
第二节	售后服务·····	(721)
一	售后服务不可忽视·····	(722)
二	真正的推销员永远不会结束·····	(723)
三	成交并不是推销的终端·····	(727)
四	推销应与服务相配合·····	(729)
六	售后服务也是促销的手段·····	(741)
七	服务、服务、再服务·····	(747)
第三节	一切为了客户·····	(751)
一	为客户提供最快的服务·····	(752)
二	感谢不通融的客户·····	(753)
三	没有叫做“客户”的人·····	(755)
四	主动为客户服务·····	(758)
五	千万别放过帮助客户的机会·····	(760)
六	亲自送交保单·····	(762)
七	保户会把服务看在眼里放在心上·····	(764)
八	和客户建立密切的关系·····	(765)