

The King Of Salesmanship

解析王牌推销技巧 突破现代营销理念

推销为王

林 平◎编著



推销是一个创造财富精英的职业，是一个激发潜能展现自我的职业。本书为铸造推销高手而写，为改变普通人的命运而作，是每个推销员有效而实用的必备读本。

海潮出版社



推销为王

林 平◎编著



海潮出版社

图书在版编目(CIP)数据

推销为王/林平编著. —北京:海潮出版社, 2006
ISBN 7-80213-154-5

I. 推… II. 林… III. 推销—基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 135264 号

推 销 为 王

林平编著

☆

海潮出版社出版发行 电话:(010)66969736
(北京市西三环中路 19 号 邮政编码 100841)

北京金吉士印刷有限责任公司

开本:787×1092 毫米 1/16 印张:19 字数 410 千字

2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

印数:1-5000 册

ISBN 7-80213-154-5

定价:32.00 元

The King Of Salesmanship

解析王牌推销技巧 突破现代营销理念

推销为王

林 平◎编著



推销是一个创造财富精英的职业，是一个激发潜能展现自我的职业。本书为塑造推销高手而写，为改变普通人的命运而作，是每个推销员有效而实用的必备读本。

海潮出版社

特邀编辑：杨云艳

责任编辑：崔树森

封面设计：

销售是最能培养英雄的职业

销售是最能培养英雄的职业，也是一种很具挑战性的职业，它可以更最大限度地激发人的积极性、主动性和创造力。

曾有一位销售培训大师说，如果你只是因为找不到工作的原因才来到销售的行列中，销售只是你过渡时期的选择。在这样的状况下要求自己每天去面对自己不喜欢的工作，这种自我煎熬是维持不了多久的。因此你必须下定决心，从此拥有一个积极的销售心态。成为高手的先决条件，是本身心理上的认知，因为有了乐观的人生态度才能衍生出其他优秀的品格。

推销是一个既赚钱又绝对光明正大的行业。因为再没有别的行业有这种更能让人快速升迁、得到高薪的机会了。何况，快速发展的社会需要很多优秀的推销人员。

成功对于其他行业来说，也许只是在别人不愿努力时，你继续努力一把。但对于搞销售的人来说，则是在别人想都不愿意想时，你必须早早地爬起来用十倍百倍的努力去做！它给我们最大的痛苦，不是榨尽你所有的智力与体力的高强度劳动，而是一次又一次地粉碎你的自尊，让你与那些在智力、学历与你完全不一样的人站在同一起跑线上跑。你没有优势，但你必须取胜。

销售是一门科学，它要求推销员扎扎实实地掌握推销的基本原则和方法；销售又是一门艺术，它要求推销员灵活地运用推销的原则和方法。

适当地运用推销技巧，并不是虚伪矫情的行为，这是现代社会的竞争使然，旧式的推销技巧已经过时，新一代的业绩创造者必须要有新的理念与新的技巧，才能在快速发展的市场中占有一席之地，因此学习各种不同的推销技巧与方法，将有助于自己推销业绩的提高。

推销为王

成功的花环是迷人的，相信没有哪个推销员不希望赢得销售成功，那么在你推销的道路上，怎样才能让自己变得更加优秀呢？本书通过生动的语言和事例，向你讲述了成功推销的行之有效的种种方法。这些方法是交错混合而又相互重叠的，你不能忽视任何一种要素。

看
言

目 录

目 录

目 录

一、推销员的必备素质

- 永远比第一名还要努力 /3
- 没有热情就没有销售 /6
- 推销,首先是推销你自己 /8
- 自信将产生更大的自信 /11
- 永远主动地行动 /14
- 无法生存胆怯者 /17
- 成功来自一次又一次的尝试 /21
- 坚持到“临门一脚” /24
- 难就难于沟通 /26
- 打动人心第一印象 /28
- 充满人情味的微笑 /33

二、透视客户的消费心理

- 永远使顾客感觉重要 /39

恭维他真正在乎的事情	/45
人们最关心他自己	/51
真诚地对别人发生兴趣	57
站在对方的立场上	/61
把他的需要卖给他	/64
说三分,听七分	/69
仿佛是他自己在做决定	/73
利用“怕买不到”的心理	/78
你不卖他偏要——逆反心理	/80
占便宜的心理人皆有之	/82
人人都有“从众心理”	/86

三、说服客户的超级手段

一切都是为了说服	/89
“连续肯定”的法则	/90
“二选其一”的法则	/92
“假定成交”的法则	/96
“魔力句式”的法则	/99
“意向引导”的法则	/100
“金额细分”的法则	/103
“眼见为实”的法则	/105
“设置疑问”的法则	/106
“对症下药”的法则	/109
“破旧立新”的法则	/112
“真心诚意”的法则	/113
区别“想要”与“需要”	/117
要先买,然后再卖	/119
推销是“买”而不是“卖”	/121

四、必胜的推销技巧

- 看碟下菜 量体裁衣 /127
- 针对不同类型客户的应对策略 /128
- 如何降服精明客户 /131
- 不同年龄段的不同特点 /136
- 沉默中有话,手势中有语言 /139
- 视所有人都是百万客户 /142
- 诚实具有惊人的魔力 /144
- 恰当地使用“证人” /147
- 抓住说得算的人 /149
- 制造一个假想的共同敌人 /152
- “困魏救赵”的杀价手法 /153
- 用激将法帮他下决定 /155
- 永远不以拒绝为答案 /157
- 见好就要收 /160
- 订购单也是说服的工具 /161
- 煮熟的鸭子别飞了 /163
- 退货时,应比卖货时更客气 /164
- 对待客户的抱怨 /166

五、说服——赢得成功的核心

- 让你的表达更有魅力 /173
- 把话说得入耳动听 /177
- 用最简单的字与人沟通 /181

与其多说,不如多听	/183
控制顾客的情绪	/185
有耐心,才会有效率	/187
询问——与客户的互动	/191
突破客户的拒绝	/194
当心“祸出口出”	/198
电话是你的推销员	/202
用声音征服客户	/207
功夫在于知识	/210

六、面对面的推销

直接的拜访	/215
漂亮的开场白	/217
首先要引起客户的兴趣	/222
用环境制造心理压力	/223
用热情取得信任	/225
诚恳地接待来访客户	/227
主角永远是买方	/229
上门推销的技巧	/231
别在细节上摔跟头	/232
把握恰当的推销时机	/237
不要被不是理由的理由所迷惑	/238
成交是下次推销的开始	/241

七、朋友就是网络

- 为了明天的生意而广交朋友 /247
- 辛勤地编织一张大网 /248
- 每天交三个朋友 /251
- 想客户所想,急客户所急 /255
- 记住名字与面孔 /258
- 顾问式销售——现代观念 /261
- 把流失的顾客再“买”回来 /264
- 抛弃九等客户 /267
- 产品如衣服渠道如手足 /271

八、以服务换忠诚

- 销售真正始于售后 /277
- “人生来就是为上帝服务的” /279
- 留住顾客就能产生价值 /282
- 关注服务中的细节 /286
- 使服务无限延伸 /287
- “100+1”和“100-1”都等于零 /288
- 嫌货人才是买货人 /290

推销员的必备素质



推销为王

永远比第一名还要努力

“第一”胜过“更好”。

在美国，有一个卖汽车的推销员总是在他们公司销售成绩排名第一，有人问他：“你为什么总是第一名？”他回答说：“因为我每个月都设法比第二名多卖一台车子。”这么简单的一个方法，这样简单的一句回答告诉了我们一个简单的成功道理——永远比第一名还要更努力。

1964年的一天，刚刚从海军学院毕业的吉米·卡特遇到了当时的海军上将里·科弗将军。将军让他随便说几件自认为比较得意的事情。于是，踌躇满志的吉米·卡特得意洋洋地谈起自己在海军学院毕业时的成绩：“在全校 820 名毕业生中，我名列第 58 名。”他满以为将军听了会夸奖他，孰料，里·科弗将军不但没有，反而问道：“你为什么不是第一名？你尽自己最大努力了吗？”这句话使吉米·卡特惊愕不已，答不上话来，但他却牢牢记住了将军这句话，并将它作为座右铭，时时激励和告诫自己要不断进取，永不自满和松懈，尽最大努力做好每一件事。最后，他以自己坚韧不拔的毅力和永远进取的精神登上了权力顶峰，他成了美国第 39 任总统。卸任后，吉米·卡特在撰写自己的传记时，便将这句话作为标题《你尽最大努力了吗？》

吉米·卡特的故事，或多或少会给你我一些启迪。生活中，经常听一些人叹息：“我觉得已经做了努力，可是……”好像做推销工作是轻而易举的，只要稍费一点儿劲，成功就应该属于他们。诚然，努力是做好推销工作的前提，但努力还有个程度问题。许多时候，你不做出最大努力就不能获得销售成功。俗话

说，“天不负人”，你付出多少，便会得到多少。因此，不要埋怨客户，不要哀叹命运，你尽了最大的努力，客户就会给你以最丰厚的回报！

人们往往对第一的印象深刻，对第二、第三却没有兴趣。我们能记住世界上最高的山峰，但对第二高的山峰却印象淡薄；我们能记住中国最高的人，但却不在乎谁是第二高的人。

全世界最伟大的篮球运动员迈克尔·乔丹在率领公牛队获得两次三连冠后，毅然决定退出篮坛，因为他已经得到世界篮球运动史上最多的个人光荣纪录与团队纪录，甚至是 20 世纪最伟大的体坛运动员。

在退休后，他说：“我成功了！因为我比任何人都努力。”

乔丹不只比任何人都努力，在他已经处于最顶尖的时候，他还激励自己更努力，要不断突破自己的极限与纪录。

在公牛队练球的时候，他的练习时间比任何人都长，据说他除了睡觉时间之外，每天只休息两个小时，剩下时间全部练球。

我时常看到有的篮球运动员在罚球的时候投不进球，于是，对手就不断运用策略在他身上犯规，我就在想：如果他每天也像乔丹一样只休息两个小时，其余时间全部站在罚球线练球增加自己的准确度，这样持续一年下来，他罚球的能力定会提高。

销售活动极像体育比赛，参与者都在夺一个球，希望最先达到终点，都渴望成为最终的赢家。而赢家——冠军只有一个，比赛是残酷无情的。如果说技能是夺冠的基础，那么在势均力敌情况下，无数体育明星夺冠的例子无疑昭示了一点——夺得冠军的最重要因素是心态。

大部分销售人员总是对销售技巧的提高特别有兴致。然而一个销售人员所产生的问题当中有 80% 是来自于自我心态的问题，即使解决了销售技巧的欠缺也只是治标不治本的方法。要训练出一个王牌销售人员，最重要的是如何能够使他建立正确的销售心态，否则便是“皮之不存，毛将附焉”了。

有一个台湾宝洁公司的王牌销售，他曾说，在他成为王牌销

售的那几年，时常因为心态的调整而痛苦着。王牌销售都是如此，可见销售人员心态的调整，确是一件非常不容易的事。

他还说，最开始他的梦想是拥有一辆奔驰。这并非是不可望不可及的理想。于是为了天天刺激自己，他在床头以及办公室的电脑屏幕边贴上一张奔驰车的照片，用来激励自己。对着他的奔驰车，他每天将自己的目标细化出来，逐个来对付它们。当然，最后他没有买奔驰车，却在加拿大买了一套豪华的别墅。

将你自己的梦想贴出来，形成强烈的视觉刺激，从而鼓励自己的信念，时刻提醒自己坚持就是胜利，这是高手们常用的策略。人的内在积极性如同激光的原理，需要反复频繁的刺激，才能激发出耀眼的光芒来。同时你别太在乎周围的人怎么想，当年韩国总统金大中在读书时，在床头贴上“成为总统”的奋斗目标，那时可没有人会相信这会成为现实。

让你的内心不断充满成功的渴望，富兰克林说：“用钱袋里的铜板去填满你的内心，你的内心会把你的钱袋注满黄金。”

在公司内你可能是一位平凡的推销员，成绩始终维持中等程度，和顶尖优秀的推销员相比，你的业绩不及对方的一半。你也许因此认为，凭自己的能力是绝不可能拉近这两倍的业绩距离的。

但请你仔细想一下，业绩多你两倍的推销员，比起你8小时工作时间，他工作了16小时吗？当然那是不可能的。在顾客访问中你一天10次，他也不过多了你一次而已。而你用了10个小时的心思于工作上的同时，他也只不过多用了1个小时。

诸如此类，像这样只要再稍加努力便可得到非凡的成果。但是多数人，却在自我满足后便停滞不前了。其实只要再进一步稍加努力，你便可由庸俗的世界升到超脱的世界，你的身价便会加速地飞升。

没有热情就没有销售

强迫自己有热情，就一定有热情。

所谓热情，是指一种精神状态，一种对工作、对事业、对顾客的炽热感情。爱默生曾经指出：“缺乏热情，就无法成就任何一件大事。”首先，推销员面对的是人，推销是心和心的交流，推销员必须用热情去感染对方。热情意味着与人为善、友爱、关心、尊重、真诚、友谊、理解、帮助、生机、活力、微笑……所有这些，都是赢得顾客好感的因素。

热情能够感人，由热情散发出来的生机、活力、真诚与自信，会感染顾客，引起顾客的共鸣。

热情是这个世界上最有价值的也是最具有感染力的一种情感，无论什么时候，你自己如果充满热情，和你交谈的人在无形之中也会被感染，从而愿意和你交谈；如果你表现得不够热情，那么你推销时所讲的话就如同在喜庆节日的餐桌吃到了发馊的饭菜一样，毫无新鲜感，甚至让人讨厌。

只有划着的火柴才能点亮蜡烛。

没有热情，能打动谁！

你可以做一个选择：激情飞扬、斗志昂扬、精神焕发，或者是唉声叹气、垂头丧气、蔫不拉叽。

一个推销员如果缺乏热情，面无表情、冷冰冰、毫无生机像机器人一样，那么谁也不愿意去接近他，更不用说购买他的产品。

还有，推销员对自己的职业也要充满热情。热情是事业成功的基础，热爱自己的职业，才能发挥出自己的潜力，从而做好自