

最新的，并且非常实用.....

推销理念的最新突破 赢得客户的制胜法宝 创造业绩的全新谋略 修炼自我的核心要点

中国 6000 万推销员自我修炼宝典

苟志强 主编
华夏营销研究学会 编

推销员

最新实战手册

SALESMAN LATEST ACTUAL HANDBOOK

中国 6000 万推销员自我修炼宝典

苟志强 / 主编
华夏营销研究学会 / 编

推销员

最新实战手册

SALESMAN LATEST ACTUAL HANDBOOK

图书在版编目(CIP)数据

推销员最新实战手册 / 苟志强主编.

—北京:中国言实出版社,2005.1

ISBN 7-80128-662-6

I.推…

II.苟…

III.推销—手册

IV.F713.3-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 004599 号

出版发行 中国言实出版社

地 址:北京市朝阳区北苑路 180 号加利大厦 5 号楼 105 室

邮 编:100101

电 话:64924716(发行部) 64928661(编辑部)

网 址:www.zgyscbs.cn

E-mail:zgyscbs@263.net

经 销 新华书店

印 刷 四川省南方印务有限公司

版 次 2005 年 2 月第 1 版 2005 年 2 月第 1 次印刷

规 格 787×990 毫米 1/16 22.75 印张

字 数 282 千字

定 价 35.00 元

目 录

第一章 为何选择做推销	1
第一节 做推销员有哪些意想不到的好处	1
第二节 为推销正名	2
1. 来自国外的资料	3
2. 源自认识上的误区	3
3. 推销的含义	4
第二章 推销员的必备素质	6
第一节 推销员必备的心理素质	6
1. 推销员应具备的十大心态	6
2. 推销员心理角色的转换与定位	10
3. 克服推销访问恐惧症	13
4. 克服失败的心态	14
5. 保持积极心态的方法	17
6. 没有任何借口，只有挑战的心态	19
第二节 推销员应具备的品德	20
1. 优秀推销员应具备的品格	20
2. 推销员应具有的美德	23
第三节 推销员的礼节要求	26
1. 与顾客交往的基本知识	26
2. 打招呼的礼节	28
3. 如何接待顾客	28
4. 应与顾客保持多少距离	30
5. 推销员的视线位置	31

6. 与顾客交往时的礼貌	32
7. 拜访顾客的礼仪	34
8. 接待预约访客的礼仪	34
9. 对临时访客的礼仪	35
10. 与顾客交往的其他知识	35
第四节 推销员的业务素质	37
1. 推销员的业务能力	38
2. 推销员的业务素质要求	40
第五节 超级推销员的成功特质	41
1. 肯定自己	41
2. 良好习惯	42
3. 有计划地工作	42
4. 具备专业知识	42
5. 建立顾客群	43
6. 坚持不懈	43
7. 做正确的事	44
8. 优点学习法	44
9. 正面思考模式	44
10. 良好的个人形象	44
11. 应有的其他知识	45
第六节 融自己于推销之中	47
1. 找一个学习的榜样	47
2. 把自己融化到销售之中	49
3. 追随成功者的足迹	51
第七节 做一个优秀的观察家	53
1. 推销员的观察力	53
2. 推销员的洞察力	55
3. 推销员要学会察言观色	58
4. 要能读懂顾客的身体语言	61
5. 学会留意身边的事物	63

第三章 开发客源	65
第一节 寻找推销对象	65
1. 为什么要持续寻找新客户	65
2. 在本单位内部寻找推销对象	66
3. 在现有顾客中寻找推销对象	67
4. 从市场调查走访中寻找推销对象	67
5. 做个有心人	68
第二节 发掘潜在客户的技巧	68
1. 直接销售法	69
2. 利用客户法	69
3. 利用他人的影响力法	69
4. 设立代理店法	69
5. 重复销售法	69
6. 直接观察法	70
7. 通讯法	70
8. 区域性突击法	70
9. 集体性突击法	70
10. 情报突击法	70
11. 行业突击法	70
12. 名册利用法	71
13. 代理店突击法	71
14. 猎犬法	71
15. 参加会员法	71
16. 机关团体、公司行号销售法	71
17. 团体销售法	72
18. 团体介绍法	72
第三节 选择推销对象	72
1. 分析归类	72
2. 确定推销策略和方法	73
3. 建立顾客档案	73

4. 拟定推销计划与工作步骤	73
第四节 评判推销对象	74
1. 顾客的购买需要	74
2. 顾客的购买量	76
3. 顾客的购买能力	76
4. 顾客的购买权	78
第五节 避免老客户流失的办法	78
1. 招待客户时的 10 项注意	78
2. 与客户关系产生裂痕的 15 项危险讯号	79
第四章 争取第一次推销成功	81
第一节 了解成功推销“三部曲”	81
1. 怎样把自己推销给自己	81
2. 怎样把自己推销给别人	82
3. 怎样把产品推销给别人	85
第二节 做好计划	86
1. 计划是成功之匙	86
2. 制定推销计划	88
3. “5F、5W1H”计划	89
4. 选择好自己推销的产品	91
第三节 第一次推销	93
1. 克服第一次推销的畏惧	93
2. 逐门逐户推销	93
3. 精妙的开场白	94
4. 告诉客户：“我不会占用你太多的时间。”	96
5. 激发客户需求	96
6. 第一次推销的技巧	97
第四节 如何使客户喜欢你	98
1. 留下美好的第一印象	98
2. 左右着推销员事业的服装	100
3. 价值百万美金的微笑	102

4. 对顾客充满爱心	104
5. 尽量投其所好	105
6. 增强对顾客的亲和力	106
7. 虚心接受顾客的意见	109
8. 迟到意味着失败	110
9. 学会推销自己	112
10. 时刻惦记着你的顾客	113
第五节 如何真正接近客户	114
1. 利用特长吸引顾客	114
2. 利用顾客的好奇心	116
3. 利用问题接近顾客	117
4. 用心理诱导打动顾客	119
5. 俘获顾客的心	120
第五章 推销的口才艺术	122
第一节 推销的语言	122
1. 推销语言的基本原则	122
2. 推销语言的主要形式	123
3. 推销语言的表示技巧	123
4. 学会恭维	125
5. 学会利用幽默	125
6. 学会使用不同的语气	126
7. 学会没话找话	126
第二节 商谈的要领	128
1. 穿出翩翩风度	128
2. 见面后的第一句话	129
3. 谈判前要多次拜访顾客	130
4. 学习和掌握专业知识和技巧	130
5. 学会表现自己	131
6. 探寻潜在购买力的原则	132
第三节 业务商谈的技巧	133

1. 商谈礼仪·····	133
2. 商谈方式·····	134
3. 说服技巧·····	135
4. 商谈技巧·····	136
第四节 报价的艺术·····	137
1. 考虑顾客的心理承受能力·····	137
2. 确定报价的起点·····	137
3. 如何报价·····	138
4. 最佳报价时机·····	138
5. 讨价还价技巧·····	139
第五节 产品说明的技巧·····	139
1. 把产品的特性转化为效用·····	140
2. 最常用的 FABE 法则·····	141
3. 把产品与客户的需求结合起来·····	142
第六节 在正确的时候提出正确的问题·····	144
1. 首次拜访阶段：用问题控制会谈节奏，保持对话·····	145
2. 需求探询阶段：用提问展开专业素养，赢得信赖·····	148
3. 异议化解阶段：用提问识别异议背后的动机， 化解异议·····	149
4. 推销员羞于提高的“瓶颈”·····	152
第七节 电话推销技巧·····	153
1. 熟练的行话·····	154
2. 多姿多彩的语言·····	155
3. 权威的口吻·····	155
第八节 推销失败后的商谈原因梳理·····	155
1. 商谈前的准备·····	155
2. 接近顾客·····	156
3. 商谈的方法·····	156
4. 结束商谈及成交·····	157
5. 商谈的态度·····	157
6. 整体的反省·····	157

第六章 推销员的心理战术	158
第一节 掌握顾客心理的三大条件	158
1. 活用以前的经验	159
2. 自己能控制自己	160
3. 学习一些心理学方面的知识	160
第二节 掌握顾客消费的十一种心理	161
1. 求廉的心理	161
2. 求实的心里	161
3. 安全的心理	161
4. 方便的心理	162
5. 求新的心理	162
6. 求美的心理	162
7. 自尊和表现自我的心理	162
8. 追求“名牌”和仿效的心理	163
9. 猎奇的心理	163
10. 获取的心理	163
11. “交际欲”的心理	163
第三节 抓住顾客心理的四种推销方式	164
1. “刺激——反应”策略	164
2. “需要——满足”策略	164
3. “诱发——满足”策略	165
4. “公式化”推销策略	165
第四节 激发顾客购买欲望	165
1. 建立并检验顾客对推销的信任	166
2. 强化情感	166
3. 多方诱导顾客的购买欲望	166
4. 充分说理	167
第五节 了解顾客拒绝的心理	167
1. 不愿与推销员打交道的心理	167
2. 讨厌和推销员谈话	168

第六节 阻碍成功的十五种“内心阻力”	169
1. 无法承受努力的痛苦	169
2. 害怕变化	169
3. 成功无保证	170
4. 当前的环境没改变	170
5. 被情况所惑	170
6. 不懂方法	170
7. 遇到障碍时立刻放弃	171
8. 急于想获得成果	171
9. 无法去除坏习惯	171
10. 想做各种事情	171
11. 对能力产生疑问	171
12. 动机不正	171
13. 不知该使用何种手段	172
14. 每天的目标不定	172
15. 无法决定工具	172
第七节 推销员的心理感情培训法	172
第七章 推销模式、策略与技巧	174
第一节 推销实务的基本知识	174
1. 推销的职业特性和习惯	174
2. 现代流行的推销模式	175
3. 最风行的三大推销战术	176
4. 推销员促成交易的方式	178
5. 策划促销活动的方法	180
6. 到底推销的是什么	181
第二节 拜访顾客的技巧	184
1. 调查是推销的前提	184
2. 确定拜访的路线和时机	186
3. 对付行政助理或秘书的办法	187
4. 第一次访问顾客的技巧	189

5. 如何解除顾客的警觉	190
第三节 推销产品的技巧	192
1. 对待形形色色买主的技巧	192
2. 如何向中年顾客推销产品	194
3. 如何了解顾客	194
4. 如何为顾客创造需要	197
5. 进行示范演示	198
6. 巧使暗示法则	199
7. 捕捉顾客的成交信号	202
8. 与顾客达成成交意向	204
9. 尽可能地利用聚会进行推销	206
10. 要不断改进推销技巧	207
第四节 常用推销技巧	208
1. 电话约见推销法	208
2. 上门推销法	209
3. 与顾客打交道的技巧	211
4. 成交的基本策略	212
5. 促使成交的技巧	214
6. 实战操作的诀窍	216
第五节 推销员的黄金法则	220
1. 最主要的三种推销方式	220
2. 电话推销的十四条经验	221
3. 推销员巧妙促销五法	222
4. 推销员的四大应变术	223
5. 让顾客自觉购买商品的五条经验	225
6. M·A·N 法则	229
第六节 推销高手的致胜秘诀	230
1. 推销高手的绝招	230
2. 优秀推销员的五个步骤	232
3. 成功推销员的五大技巧	233
4. 成功增加销售额的秘诀	236

5. 推销员成功的诀窍	237
第七节 针对精明客户的推销术	239
1. 对“尽责型”客户	240
2. 对“执著型”客户	242
第八节 如何提高推销效率	243
1. 经验有助于成功	243
2. 巧借“他山之石”	245
3. 给顾客建立档案	246
4. 掌握准顾客的资料	247
第九节 如何灵活处理客户意见	248
1. 如何消除顾客异议	248
2. 反驳顾客观点	250
3. 对顾客意见将计就计	254
4. 使用发问来解决顾客的不满	256
5. 有效地运用不理睬处理法	257
6. 运用补偿处理顾客异议	258
7. 主动预防顾客的不满	261
8. 对顾客要求推迟处理	262
第十节 做一个成熟的推销员	263
1. 做好成熟的准备工作	264
2. 对待客户要成熟	266
3. 要成熟地处理好内部关系	269
4. 成熟地把握自己	270
5. 一些不够成熟的想法和建议	271
第八章 避免失误, 战胜拒绝	274
第一节 时时做好被拒绝的准备	274
1. 与战场通用的原则与规律	274
2. 没有荆棘何来职业推销员	275
3. 拒绝是推销的开始	275
4. 勇敢地面对拒绝	277

第二节 为什么被拒绝	278
1. 剖析拒绝推销的客户	278
2. 找准推销员的利器	278
第三节 七种被拒绝的情况与应对技巧	279
1. 没有需要型	279
2. “太极推手”型	280
3. 没有钱型	281
4. 永远嫌贵型	283
5. 没有时间型	283
6. 反复考虑型	285
7. 全盘否定型	286
第四节 走出推销的误区	286
1. 不要过分推销	287
2. 不要给顾客施加压力	287
3. 推销员切莫与顾客争辩	289
4. 不要放弃未成交的顾客	289
5. 勇于承认错误才能吸引顾客	291
第五节 如何使推销更顺利	293
1. 推销电话要避免高峰期	293
2. 推销的六条禁忌	294
3. 百闻不如一见	295
4. 产品演示时应注意的事项	295
5. 导致推销成交失败的表现	296
第六节 推销员的八大通病	296
1. 手中拥有的潜在客户不多	296
2. 抱怨、借口太多	297
3. 依赖心十分强烈	297
4. 对推销工作没有自豪感	297
5. 不遵守诺言	298
6. 容易与顾客产生矛盾	298
7. 半途而废	298

8. 对顾客关心不够	298
第九章 推销员的自我管理	299
第一节 选择什么样的公司	299
1. 根据发挥的空间	299
2. 根据个人的收入	300
第二节 自我管理的内容	301
1. 推销区的管理	301
2. 客户的管理	301
3. 推销拜访的管理	302
4. 个人成长的管理	302
第三节 设定工作目标	302
1. 设定工作目标需要考虑的因素	302
2. 可资利用的参考资料	304
3. 使工作目标具体化的方法	304
第四节 制定管理战略	306
1. 推销区管理战略	306
2. 客户管理战略	306
3. 推销拜访管理战略	308
4. 个人成长管理战略	310
第五节 准备销售工具	310
1. 销售工具的种类	310
2. 销售工具的制作	311
3. 推销信息笔记的制作方法	312
4. 利用照片吸引顾客	314
第六节 推销的辅助材料及使用技巧	315
1. 图表与曲线图	316
2. 广告	316
3. 手册与目录	316
4. 模型、样品及赠品	316
5. 影片与电脑演示文稿	316

6. 实证文件或资料	317
第七节 制定合理的目标	317
1. 设定合理的目标	317
2. 目标一定要写下来	319
3. 不断实现自己的目标	320
第八节 管理好你的时间	322
1. 测算你的时间价值	322
2. 拉长时间是成功的秘诀	325
3. 有效利用移动时间	327
4. 善于利用闲暇的时间	328
5. 早起的鸟儿有虫吃	330
6. 让时间更有效率	332
第十章 百分之百收款秘诀	337
第一节 收款与推销同等重要	337
第二节 应收账款的特征	338
1. 没有期限	338
2. 无利息的短期债权	338
3. 企业的软肋	339
4. 余额的不稳定性	339
第三节 理清延期付款的理由	339
1. 快速收款须遵循的原则	340
2. 买方导致延期付款的主要原因	340
3. 卖方导致延期付款的原因	340
第四节 收款前的注意事项	341
1. 请款单的处理方式	341
2. 收款前的注意事项	342
第五节 如何成为收款高手	342
第六节 成功收款的秘诀	343
1. 心理方面的准备	343
2. 平时的态度	344

3. 接触的技巧.....	344
4. 收款确认时的注意事项.....	344
5. 收款后的处理事项.....	345
6. 掌握客户的付款心理.....	345
7. 催款时的注意事项.....	346
8. 异常情况的应对措施.....	347