



青年成功参考丛书

GUANJUNTUI
XIAOYUAN

冠军推销员

——告诉你如何运用推销艺术赢得财富

主 编：阿 浩

善于推销者可成大器

不善推销者徒遭挫折

欢迎进入激情与梦想同在的推销员世界

推销实务第一阶段：推销准备

推销实务第二阶段：拜访客户

推销实务第三阶段：达成交易

推销实务第四阶段：事后处理

推销员的财务观念

推销员的社交艺术

推销大师的黄金经验

推销员的职业教育与训练



中华工商联合出版社
CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS

T
1713.3
76

112315

青年成功参考丛书

冠军推销员

阿浩主编



中华工商联合出版社

责任编辑:刘向鸿

封面设计:潘 辉

图书在版编目(CIP)数据

冠军推销员/阿浩主编.—2版.—北京:中华工商联合出版社,2004

(青年成功参考丛书)

ISBN 7-80100-573-2

I.冠… II.阿… III.推销-青年读物

IV.F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 093958 号

中华工商联合出版社出版、发行

北京东城区东直门外新中街 11 号

邮编:100027 电话:64153909

网址:www.gslcbs.com.cn

北京新华印刷厂印刷

新华书店总经销

850 × 1168 毫米 1/32 印张:40.25 字数:800 千字

2004 年 9 月第 2 版 2004 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 7-80100-573-2/F·201

全套定价:107.20 元(全四册)

序

推销员——一个令人自豪的职业。茫茫大千世界，推销员奔走的身影和足迹无处不在，正是他们，用自己的智慧和辛劳收获着累累金黄的硕果，在成就自己伟业的同时，筑起一座座财富的大厦，撑起了现代商业经济最有活力的一片天空。

勇于在推销事业中开拓的人，往往是最优秀的人才，他们有无与伦比的进取精神，他们拥有梦想，追求成功，他们精于谋略，在纷攘的现代社会中游刃有余。他们的业绩令人羡慕，令人嫉妒，由优秀的推销员构成的推销事业成为最诱人的领域，许许多多渴望财富的人都愿意在这片天空中进行搏击，实现人生梦想。

要做就做最好，谁都想成为同行中的佼佼者，本书就是为帮助所有想成为最棒的推销员的有志者而诞生的。如果你拥有勇气、勤劳、机智与技巧，那么你可以成为一名好的推销员，如果你再拥有此书，那么你就能成为冠军推销员。

本书从最实用的角度切入推销行业，着意分析了推销的特点，推销的策略手段以及推销员必备的素质，最重要的是，本书为你提供了不可多得的推销秘诀，加上众多案例分析，以及推销前辈的现身说法，定可使你在实战中无往不胜，创造骄人业绩。

如果你觉得初涉推销难免彷徨，无人指点，那么本书将成为你最佳的助手。本书最大的特点就是贴近现实，无论是理论阐述，还是案例分析，都以通俗而不肤浅的语言向你展示推销的个中精髓，有如一位朋友，在你困惑的时候为你排忧解难，在你郁闷的时候为你打气，有了这样的一位朋友，你的推销生涯将更加精彩纷呈，你的事业必将蒸蒸日上。

推销不仅仅是一项事业，更是一种艺术，学会了推销的艺术，能使你的各项能力倍增，你会更有智慧，你将勇往直前，在生活的各个方面你都能得心应手，即使你从事的是其它行业的工作，如果你懂得推销的艺术，学会以推销员的目光看世界，那么你会觉得面前道路越走越宽，成功和财富对你来说不再是可望而不可及的东西。这也许就是为什么世界上80%的富翁都曾曾是推销员的秘密所在。

本书共分十章，每一章都各有侧重，由两大部分构成，第一部分一步一步引你进入推销世界，教你在推销实务的各个阶段的推销要诀。第二部分介绍了许多对推销有益的思想和方法，让你在推销世界更上一层楼达到炉火纯青的地步。

阅读本书可以从头到尾读，也可从中间开始，还可跳着读，这视不同的需要而定。愿此书成为你成功的阶梯。美国思想家拉尔夫·沃尔多·爱默生说：“一个人所能给予另一个人的最大贡献，便是帮助他学会自助”。用这句话来作为序言的结尾和全书的开始，愿天下有志者事竟成！

阿 浩

1999年8月于上海复旦大学

目 录

序	(1)
---------	-----

第1章 欢迎进入激情与梦想同在的推销员世界

推销术是登上业绩冠军宝座的台阶	(1)
-----------------------	-----

1. 善于推销者必成大器	(1)
--------------------	-----

2. 商业推销术的6个特点	(2)
---------------------	-----

3. 推销术以说服为核心	(3)
--------------------	-----

4. 推销术需要能力和技巧	(3)
---------------------	-----

5. 顾客导向是现代商业推销术的利器	(5)
--------------------------	-----

6. 了解推销的3H1F	(6)
--------------------	-----

7. 一个结论	(8)
---------------	-----

推销员是可以赚大钱的职业	(8)
--------------------	-----

1. 不是任何人都可以做好一名推销员	(8)
--------------------------	-----

2. 推销员未必具备一定的学历吗?	(8)
-------------------------	-----

3. 推销员是企业完成销售目标的主力军	(9)
---------------------------	-----

4. 推销员的收入比一般职员要广泛得多	(10)
---------------------------	------

5. 推销是未来领导人才的摇篮	(10)
-----------------------	------

6. 推销员缔造伟业的实例	(11)
---------------------	------

7. 燃烧吧! 我的推销伙伴们	(12)
对推销新手有用的 10 个观念	(14)
1. 向内行请教或参加强化培训	(15)
2. 推销时“勤奋”是你的灵魂	(15)
3. 如果你能对顾客了解 80%, 那你付出 20% 的努力就可 有 80% 的成功把握	(15)
4. 真正接受你推销的人只有 20%	(16)
5. 用 80% 的耳朵去倾听, 用 20% 的嘴巴去说服	(16)
6. 永有机会改变自己的第一形象	(16)
7. 成功的 80% 来自交流和建立感情, 20% 来自产品本身	(16)
8. 推销从被顾客拒绝开始	(17)
9. 80% 的顾客都会说你推销的产品价格高	(17)
10. 只要决心成功, 就能战胜失败	(17)

第2章 推销实务第一阶段: 推销准备

如何发现市场	(18)
1. 两个推销员寻找市场的故事	(18)
2. 高木太郎的成功经验	(20)
3. 用发展的眼光去发掘市场潜力	(21)
如何发现顾客	(21)
1. 地毯式访问法	(22)
2. 连锁介绍法	(24)
3. 中心开花法	(27)

4. 个人观察法	(28)
5. 委托助手法	(31)
6. 广告开拓法	(33)
7. 市场咨询法	(36)
制定推销计划	(38)
1. 建立顾客资料卡	(38)
2. 安排拜访顾客	(38)
3. 制定合理的推销费用计划	(38)
4. 确定推销策略	(39)
约见客户	(39)
1. 约见客户的常识	(39)
2. 约见客户的电话策略	(40)
3. 约见客户的书信策略	(44)
4. 与客户见面前一定要全面了解商品知识	(48)

第3章 推销实务第二阶段:拜访客户

推销员无需华丽的服装,但须学会装扮	(51)
1. 胡乱着装给人不信任感	(51)
2. 怎样修饰仪容	(52)
3. 推销员穿戴服饰的 11 个原则	(52)
4. 穿西服要注意 3 点	(54)
推销员的工具箱	(55)
1. 优秀的推销员一靠技术,二靠工具	(55)
2. 在设计名片上花点功夫	(58)
设计一次成功的拜访	(60)

1. 进入房间之前	(60)
2. 寒暄	(61)
3. 寒暄之后	(62)
4. 在对方人数众多的场合下	(63)
5. 事先调查	(64)
6. 访问时应回避的日子和时间	(65)
7. 介绍信的使用方法	(66)
8. 不能与对方会面时	(67)
策划一个完美的开场白	(69)
1. 金钱	(69)
2. 真诚的赞美	(69)
3. 利用好奇心	(70)
4. 提及有影响的第三人	(71)
5. 举著名的公司或人为例	(71)
6. 提出问题	(71)
7. 向顾客提供信息	(72)
8. 表演展示	(72)
9. 利用产品	(73)
10. 向顾客求教	(73)
11. 利用赠品	(73)
12. 产品胜利推销 16 实例	(74)
什么样的推销员不受欢迎	(78)
1. 死板、性格不开朗	(78)
2. 说话小声小气、口齿模糊不清	(78)
3. 过于拘谨	(78)

4. 轻率	(78)
5. 老奸巨猾	(79)
6. 皱眉头	(79)
7. 傲慢	(80)
8. 见面熟	(80)
9. 好色	(80)

第4章 推销实务第三阶段:达成交易

成交的基本策略	(81)
1. 密切注意成交信号,当机促成交易	(82)
2. 灵活机动,随时促成交易	(84)
3. 正确的成交态度可以排除交易的心理障碍	(85)
4. 谨慎对待顾客的否定回答	(86)
5. 充分利用最后的成交机会	(87)
6. 留有一定的成交余地	(87)
请求成交法	(89)
1. 请求成交法的6个应用实例	(89)
2. 请求成交法的优点	(90)
3. 请求成交法的局限性	(91)
假定成交法	(91)
1. 假定成交法的7个应用实例	(92)
2. 假定成交法的优点	(93)
3. 假定成交法的局限性	(94)
选择成交法	(95)
1. 选择成交法的6个应用实例	(96)

2. 选择成交法的优点	(97)
3. 选择成交法的局限性	(98)
小点成交法	(99)
1. 小点成交法的5个应用实例	(100)
2. 小点成交法的优点	(102)
3. 小点成交法的局限性	(103)
交易中的价格谈判	(104)
1. 价格谈判的意义	(104)
2. 报价的艺术	(105)
3. 讨价的策略	(106)
4. 还价新技巧	(107)

第5章 推销实务第四阶段:事后处理

编制推销记录与报告	(111)
1. 这是一项不可忽视的工作	(111)
2. 如何书写简易推销日报表	(113)
3. 如何书写和运用工作分析表	(117)
交易不是推销的终点:售后服务	(118)
1. 优秀推销员都在售后服务上表现出色	(118)
2. 推销与服务密切配合	(121)
催讨货款的策略	(123)
1. 代位讨债	(123)
2. 律师讨债	(126)
3. 快速讨债	(130)
4. 帮助讨债	(133)

5. 缺位讨债	(137)
---------------	-------

第6章 按顾客喜欢的方式对待顾客

了解顾客的消费需要,并设法唤起之	(143)
------------------------	-------

1. 顾客的消费需要有哪些	(143)
---------------------	-------

2. 一个唤起顾客爱的需要而成功的例子	(146)
---------------------------	-------

3. 与顾客消费需要有关的又一个例子	(148)
--------------------------	-------

了解顾客的性格,并适应之	(149)
--------------------	-------

1. 4种性格行为类型	(149)
-------------------	-------

2. 对擅长交际者的策略	(151)
--------------------	-------

3. 对颐指气使者的策略	(152)
--------------------	-------

4. 对三思而行者的策略	(153)
--------------------	-------

5. 对面谈者的策略	(153)
------------------	-------

顾客管理	(154)
------------	-------

1. 顾客管理的内容	(154)
------------------	-------

2. 顾客管理的方法	(156)
------------------	-------

当与顾客进行商业谈判时	(158)
-------------------	-------

1. 将攻无不克的心理掩藏起来	(158)
-----------------------	-------

2. “是”的妙用	(159)
-----------------	-------

3. 多方面进攻	(160)
----------------	-------

4. 以柔克刚	(161)
---------------	-------

5. 生意没谈成,如何告辞	(162)
---------------------	-------

如何在舞会宴席上招待顾客	(163)
--------------------	-------

1. 午餐	(163)
-------------	-------

2. 晚餐	(165)
-------------	-------

3. 餐桌上的话题	(167)
4. 遇到喜欢“玩”的顾客怎么办	(168)
5. 滴酒也不沾的推销员如何陪客	(168)
6. 会喝酒但喝不多的推销员如何陪客	(169)
7. 如何陪伴有酒瘾且酒量大的客人	(170)
8. 当顾客发酒疯时	(172)
9. 在正规宴会上	(173)
如何送礼	(174)
1. 打听对方住处的方法	(174)
2. 要知道对方的兴趣和嗜好	(175)
3. 送什么礼品	(176)
4. 3个等级的礼物	(176)
5. 在特别事件或特别日子送礼时	(178)
6. 平时送的礼品	(180)
7. 送礼注意事项	(181)
8. 对方工作变动后还送不送礼品给他呢	(182)

第7章 推销员的财务观念

费用开支的方法	(183)
1. 树立正确的费用开支观念	(183)
2. 礼物的技巧性和可行性	(183)
3. 执行费用的合理运用	(184)
4. 认真执行推销费用计划	(186)
掌握顾客的信用状况	(186)
1. 对方要求延长支票兑换期限	(186)

2. 对方延迟交付货款	(187)
3. 出人意料的订货	(187)
4. 当听到对方不太好的传闻时	(187)
5. 当订货单位扩大经营范围时	(188)
6. 出差时要留心观察	(188)
7. 顾客信用调查	(188)

第8章 推销员的社交艺术

推销员的口才	(190)
1. 推销员的口才是一门堂堂正正的学问	(190)
2. 说话不单纯是为了表达	(190)
3. 说的时候要听	(191)
4. 不要使用难懂的语言	(192)
5. 罗嗦是一大忌	(193)
6. 话题要丰富	(193)
7. 方言及其妙用	(194)
8. 声音的魅力	(194)
一句话可以化敌为友,也可改变人生	(195)
1. 语言的选择	(195)
2. 恭维与拍马屁	(197)
3. 必须克服的语病	(198)
传情的眼神、焕发的姿态	(199)
1. 眼神	(199)
2. 微笑	(202)
3. 姿态	(206)

如何获得顾客的好感 (207)

1. 对你的顾客真诚地感兴趣 (207)

2. 幽默有一种无形的魅力 (209)

3. “画王”是怎么推销出去的 (210)

4. 罗斯福的法宝 (211)

对“不”型的顾客“对症下药” (213)

1. 防卫型说“不” (213)

2. 不信任型说“不” (214)

3. 无需求型说“不” (214)

4. 无帮助型说“不” (215)

5. 不急需型说“不” (215)

6. 预防说“不”的策略 (215)

7. 处理说“不”的方法 (217)

继续拜访说“不”的顾客 (220)

1. 问题点 (220)

2. 持久战 (220)

3. 注意事项 (222)

4. 4 种情况的 4 种策略 (223)

5. 继续拜访的要点 (225)

6. 久攻不克怎么办 (228)

第9章 推销大师的黄金经验

乔·吉拉德：世界上最伟大的推销员 (230)

1. 为什么能获得“最伟大”的殊荣 (230)

2. 我做得到，任何人都做得到 (231)

3. 你最宝贵的财产	(233)
4. 吉拉德的 250 定律	(234)
5. 不要加入小集团	(236)
6. 猎犬计划	(238)
吉诺·鲍洛奇：因推销有道而腰缠万贯	(248)
1. 年轻的黄金梦	(248)
2. 灵感从豆芽上冒出来	(250)
3. 团虎犹斗	(252)
4. 在一角差价上大作文章	(253)
5. 照猫学步	(255)
推销界前辈：推销的经历令晚年回味无穷	(257)
1. 错误的第一步？明智的第一步	(257)
2. “量出为入”的动力在支撑	(258)
3. 苟日新，日日新，又日新	(258)
4. 推销员的苦与乐	(259)
5. 笑谈第六感	(260)
6. 自我充实和自我训练	(260)
7. 要会收集信息	(261)
8. 闪烁的霓虹灯	(262)
9. 不要把得失看得太重	(262)
10. 提高销售对象的层次	(263)
11. 手册化的经营	(263)

第10章 推销员的职业教育与训练

· 推销职业需要不断提高自身的素质	(265)
-------------------------	-------

1. 推销员的心理素质	(265)
2. 推销员的业务素质	(266)
3. 推销员心理调节的原则	(267)
4. 培养积极人生观的 6 个方法	(269)
5. 7 条自励法则	(269)
6. 善于控制自己的情绪	(270)
7. 推销员的身体训练	(272)
推销员的职业道德	(274)
1. 不应为了业绩而不择手段	(275)
2. 正派公司才会有正派推销员	(276)
3. 不妨从制定推销员信条着手	(276)
推销员的技能训练	(277)
1. 对推销员的训练偏重 4 个方面	(277)
2. 实施角色演练	(278)
推销员的自我管理	(278)
1. 自我管理的重要性	(278)
2. 推销员的一天	(280)
3. 推销员最需要自己给自己鼓气	(285)
4. 推销员怎样给自己鼓气呢?	(287)
5. 确立新的奋斗目标	(295)
后 记	(304)