

最新营销 业务代表 实战训练手册

拿破仑说：“伟人之所以伟大，是因为他们决心要做伟大的事。”挣10000元钱并不难，找到一种每天都能挣10000元的方法却很难。现在机会来了……

市场营销
人员必读
技巧

每1000名营销业务代表中，仅有8位能成为顶尖高手，这8位不仅将完成1000名营销业务代表80%的营销任务，而且能分享1000名员工的新金。

《现代营销最前沿》课题组/主编

最新营销 业务代表 实战训练手册

《现代营销最前沿》课题组◎主编

中国戏剧出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

最新营销业务代表实战训练手册/《营销最前沿》课题组编著.

—北京: 中国戏剧出版社, 2002.5

ISBN 7-104-01531-0

I. 最… II. 营… III. 市场营销学—手册

IV. F713.50-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 022971 号

最新营销业务代表实战训练手册

ZUIXINYINGXIAOYEWUDAIBIAO
SHIZHANXUNLIANSHOUCE

作 者
责任编辑
特约编辑
封面设计
印前制作
出版发行

《营销最前沿》课题组

黄艳华

熊 颢

虚竹堂

乐土书坊+孙海珍

中国戏剧出版社出版

(北京海淀区北三环西路大钟寺南村甲 81 号)

(邮政编码: 100086)

新华书店首都发行所

北京兆成印刷有限公司

315 千字

787×1000 毫米 1/16

20 印张

2002 年 5 月第 1 版

2005 年 5 月第 2 次印刷

ISBN 7-104-01531-0/C·89

24.80 元

经 销
印 刷
字 数
开 本
印 张
版 次
印 次
书 号
定 价

■版权所有 侵权必究

本书若出现印装质量问题, 请与工厂联系调换

(工厂联系电话: 010-62018793)

前言

伟大的成功人士从这里诞生

在一日千里的经济时代中，越来越多的企业已将市场营销放在了企业生命的首位，很多企业都不惜重金聘请大量优秀的市场营销业务代表，以图在行业竞争中占有更大的市场份额，赚取更大的利润。这也使得市场营销悄然成为了炙手可热的职业。

然而，商品社会的瞬息万变与白热化竞争，使营销工作面临着巨大的挑战与风险。无数踌躇满志的营销业务代表在经历了肉搏般的市场血战后，饱尝了失败的痛苦与不甘，他们领悟到市场营销是一条遍布荆棘的崎岖之路，要想成为一个成功的营销业务代表，是要经得起炼狱般的煎熬和磨砺的。没错，美国著名的营销高手帕克先生在《营销圣经》中曾说：“尽管一千名营销业务代表中只能诞生八位伟大的成功者，但这八人却不仅能分享一千个普通职员的薪水，还能体会功成名就的无上荣光。”

的确，正是因为市场营销具有高风险与高收入的双重属性，才使得营销这个职业充满了无限魅力与光彩，营销工作者们都在渴望着自己能成为那幸运的千分之八，能在获得巨大财富的同时，酣畅地遨游在成就事业的快慰之中。所以说，成为一名伟大的业务代表是每一位营销工作者的美好梦想。

世界上最伟大的市场营销专家们在谈及他们的成功经验时，都会说：这很简单，也很复杂。说它简单，是因为在营销时，只要让客户签下合

前言

同，全款到账即大功告成；说它复杂，则是指在营销伊始，你便步入了一个险象环生的雷区，你要得体地向客户致意，要适宜地介绍产品，要耐心地解答客户的问询，还要消除客户的疑虑，直到签单后，仍需做好售后的一系列服务。没错，成为一名伟大的营销业务代表就这么简单，只要让客户说“我想买”，就能让你跃上事业的巅峰。同样，成为一名伟大的营销业务代表就这么复杂，你要像一个排雷专家，对每一个环节都不容疏漏，你要有必胜的勇气，要懂得专业的知识，更要有一副火眼金睛，能看透客户的心思，要有一副伶牙俐齿，能把客户说服，还要掌握技巧，要拿捏分寸，巧妙地让客户点头。

本书将许多世界上最伟大的营销专家们的成功经验汇聚在了一起，堪称营销宝典，是实用性极强的营销教科书。

希望每一位读毕此书的朋友，都能成为那幸运的千分之八，我们坚信，这里将诞生更多的世界上最伟大的营销专家。

《现代营销最前沿》课题组

2005.5

目 录

C a t a l o g u e

第 一 章

001

营销业务代表的个人素质训练

- 1 如何永远记住客户名字的 3 种方法 002
- 2 安排客户如何就坐的方法 003
- 3 业务代表穿衣打扮的 5 个要素 004
- 4 如何正确使用名片的 6 项要点 005
- 5 如何请客吃饭的关键点 007
- 6 如何登门探访的关键点 009
- 7 如何使用公事包的关键点 010
- 8 如何利用信函的 4 项原则 011
- 9 如何向客户赠送小礼品的技巧 014
- 10 如何说“对不起”的技巧 015

第 二 章

017

营销业务代表的心理素质训练

- 1 你是否具备担当业务代表的 7 个条件 018
- 2 消除营销自卑感的 8 个方法 021
- 3 制定自己事业目标的方法 025
- 4 评估营销能力的 21 个标准 029
- 5 业务代表必须了解的 6 大专业知识 032
- 6 改善自己社交能力的方法 034
- 7 保持执著坚韧不放弃的方法 036
- 8 运用时间的 8 种方法 039
- 9 节约时间的 9 项原则 040
- 10 敢于成功的“冥想”法 042

目 录

C a t a l o g u e

045

第三章

营销业务代表剖析客户的技巧 训练

- 1 将客户分类的 6 种方法 046
- 2 如何频频发问的技巧 048
- 3 如何把握语言主动权的技巧 049
- 4 如何应对高傲型客户的技巧 050
- 5 如何应对老实型客户的技巧 052
- 6 如何应对挑剔型客户的技巧 053
- 7 如何应对暴躁型客户的技巧 055
- 8 如何应对知识渊博型客户的技巧 056
- 9 如何应对讲价型客户的技巧 058

- 1 处理客户说“不”的 8 种方法 064
- 2 应对客户拒绝的 7 种方法 065
- 3 改变客户拒绝的 15 个战术 068
- 4 让嫌贵的客户点头的战术 070
- 5 让走掉的客户再回来的 7 种战术 072
- 6 让犹豫不决的客户下决心的战术 077
- 7 应对客户批评的 5 种技巧 079
- 8 如何让客户迅速签合同的方法 081

第四章

060

营销业务代表“不怕拒绝”的 技巧训练

目录

C a t a l o g u e

- 1 寻找有成交希望客户的方法 088
- 2 如何吸引客户注意的方法 089
- 3 如何锁定最佳客户的方法 091
- 4 从公司内部找客户的战术 098
- 5 让老客户发展新客户的战术 099
- 6 让亲朋好友成为客户的战术 100
- 7 从同事手里争客户的战术 101
- 8 从公共名册中找客户的战术 102
- 9 从宣传媒介中找客户的战术 103
- 10 从街区中找客户的战术 104
- 11 从展览、会议中找客户的战术 105
- 12 通过调查发现客户的战术 106
- 13 从电话、邮寄中挖掘客户的战术 108
- 14 刺探客户内部情报的 5 大战术 107
- 15 如何建立和利用客户“档案” 111

第五章

087

营销业务代表寻找客户的找巧
训练

目 录

C a t a l o g u e

第 六 章

113

营销业务代表的商谈技巧训练

- 1 把握商谈时间的4种方法 111
- 2 恰当地赞美客户的3种方法 116
- 3 让态度变得谦恭的方法 119
- 4 使语气语调变得动听的方法 122
- 5 熟练掌握“营销魔鬼词典”的方法 128
- 6 用提问引发客户共鸣的方法 127
- 7 去掉口头禅的方法 131
- 8 使用“比喻法”的绝招 132
- 9 用倾听去摸清客户底细的方法 138
- 10 用资料说服客户的3种方法 138
- 11 避免与客户发生争论的5种方法 142
- 12 如何结束营销谈话的6种方法 144
- 13 避免在结束商谈时失败的16个方法 148

目 录

C a t a l o g u e

150

营销业务代表利用电话的技巧训练

第七章

- 1 确定电话营销对象的战术 151
- 2 什么样的开场白最有效 152
- 3 什么样的电话营销方式最有效 154
- 4 撩拨客户兴趣的战术 156
- 5 如何达到打电话的目的 158
- 6 如何消除电话推销失败的 5 大原因 159
- 7 记住电话营销客户的方法 161
- 8 用电话宣传产品的方法 162
- 9 从电话里听出客户心思的方法 164
- 10 如何对付客户拒绝约见的战术 166
- 11 用电话说服客户达成交易的方法 168
- 12 何时打电话给客户最容易成交 171
- 13 掌握何时放下话筒的战术 172
- 14 让传真、信件帮忙的方法 173
- 15 为何你的电话营销会失败 176
- 16 如何让电话挽救溜掉的生意 179

目 录

C a t a l o g u e

181

第八章

营销业务代表掌控客户的技巧 训练

- 1 如何窥破客户的所想所需 182
- 2 客户为何惧怕签单 184
- 3 消除客户心中疑虑的战术 185
- 4 消除客户戒备心理的 21 种战术 189
- 5 让客户相信你的 7 种战术 193
- 6 迅速打动客户心的 11 个战术 195

- 1 嗅出成交机会的方法 202
- 2 搬掉成交障碍的 3 种战术 203
- 3 掌握成交最佳时间的方法 204
- 4 诱导客户成交的 18 种方法 206
- 5 成交的魔法词典 217
- 6 巧妙利用“第三人推荐”的成交战术 229
- 7 巧妙利用“免费赠品”的成交战术 229
- 8 巧妙运用直接营销的 10 个方法 236
- 9 巧妙扮演各种角色的 11 种战术 242
- 10 精心培植长期客户的 7 个方法 249
- 11 绝处逢生的 4 个技巧 255

第九章

201

营销业务代表的成交技巧训练

目 录

C a t a l o g u e

258

第 十 章

营销业务代表的售后技巧训练

- 1 让表现锦上添花的战术 259
- 2 做好售后服务的 18 个方法 261
- 3 提高销售额的 15 个战术 264
- 4 留住客户的 10 个原则 267
- 5 不让客户移心别恋的 6 个方法 268
- 6 避免客户反悔的 9 个方法 270
- 7 让怒火冲天的客户消火的 11 个方法 271

- 1 抢先战术 276
- 2 认知战术 281
- 3 焦点战术 284
- 4 佯输战术 288
- 5 牺牲战术 291
- 6 坦白战术 295
- 7 速食战术 297
- 8 无我战术 300
- 9 金钱战术 302
- 10 炒作战术 305

第 十 一 章

275

营销业务代表的十大战术



I 营销业务代表的个人素质训练

每当人们向成功的业务代表请教他们成功的经验时，他们多是莞尔一笑道：“我不过是会耍几个小魔术罢了。”当然，这里所提的“小魔术”，并非是你在营销时，要先给客户来几招吞火球、解绳扣的游戏，而是说，一个成功的业务代表在进行营销工作时，要注意把握好微小的细节，要让客户在细微处知察你的谦虚、你的礼貌、你的君子风范，从而与你产生亲近感而达成交易。常说“一滴水也能反映出太阳的光辉”，一个人的领结如何打，坐站是否得体等，这些细节可能就会影响到客户对你的第一印象，可能会对是否成交产生决定性的作用。所以，世界上最伟大的业务代表成功的基础，就是要熟练掌握下面介绍的各种技巧并加以训练，你千万别小瞧哦。

如何永远记住客户名字的 3 种方法

永远记住对方的名字是营销活动的第一步，如果这一点都做不到的话，不管多么苦练营销时的说话技巧，仍然无法成为营销成绩优良的业务代表。

如何记牢对方的名字呢？

①要以很自然的方法确认对方的名字

以普通的念法确认对方的名字之后，就会发生如下的谈话：

“您是 A×× 先生吗？”

“是的，我正是后勤科的 A××。”

②要当场请问

如果你不知道对方的名字时，一定要把握机会，当场请问他。如俗语所说“问只是一时之耻，不问是一生之辱”，而从事营销工作的人，因为此事与生意方而有关，因此可以把这句话改为“问是一生的利益，不问是一生的损失”。问明正确的念法之后，一离开对方的办公大厦，就立刻在名片上标上正确的注音符号。

③要了解中国的姓氏知识

由于开始谈话的时候，多半聊些有关对方姓名的问题，因此你不妨预先阅读一本“姓名来源”的字典。就算没有参考过这方面的资料，也可以随口问

对方：“C先生，你是不是山东人？”

即使你的猜测错误，对方也不会介意，反而会津津有味地向你提起有关他出生地的一些事情。你要专心让他说话，或许可以从他的谈话中，可以了解一些你想知道的有关他的事情，下一次双方在会见时，你能够自然叫出他的名字，那么彼此的亲切感应该会增加许多。

2 安排客户如何就坐的方法

有些业务代表在访问客户时，坐的姿势很随便，给人一种没有礼貌的感觉，自然予人反感，说起来这种业务代表还不在少数呢！所以一个专业的业务代表，不可以忽视任何的细枝末节，接下来就让我们来谈一谈“坐的礼貌”吧！

首先你必须要有分别“上座”、“下位”的常识，一般说来，离人口远的地方是上座，以左右来讲，右边是上座。所以不管你进入会客室、办公室，或是一般住家，你都一定要在离人口近的地方，也就是下座处坐下来，以等待客户。这时，要特别注意一点，那就是绝对不可以站在入口处徘徊，因为这是一种非常没有礼貌的行为。此外，在客户还没有请坐以前，不可以冒冒失失地坐下去，但是，如果客户请你坐上座，也不要过分客气地推辞。

坐在椅子上时，不要太坐进去，也不要把背靠椅背上，而且即使客户跷起二郎腿，你也不应该做出这种不礼貌的动作。坐沙发时，有许多人喜欢坐在两端，其实这是不对的，业务代表绝不可如此坐，因为这样会使客户一眼看穿你的窘态，更会给客户一种不沉着的感觉，所以应极力避免。

当你要开始谈生意时，绝不可坐在客户的对面，因为如果你在客户的对面坐下来，会使客户在心理上不由自主的产生一种被压迫感。其实非但客户如此，就是业务代表本身，也会产生同样的感受，所以如果你本来所坐的椅子是在客户正对而，可以移动一下将位置稍做调整，使自己的身体斜对客户，绝对避免与客户正面相对。在调整位置坐定了以后，还须注意是否仍让客户感到不安定，如果是，那么你还需再次调整自己的位置，总之，一定要使买卖双方皆感到很自然而不受拘束。

选定了适当的位置后，就要注意间隔距离了，间隔距离并没有一定的规定，但必须使对方听到自己的声音，另外，也要让客户清楚地看到你介绍的商品。

有些业务代表坐下来时，有张开双膝的习惯，这点必须特别加以注意，

不可以将双膝张得太开，因为这种姿势非常不雅。

如果遇到有很多客户，而业务代表只有一个的情况，业务代表要尽量坐在旁边，或是斜对面。相反地，两个业务代表向一位客户兜售物品时，业务代表应该分开来坐，绝不可肩并肩坐在一起，你来我往，轮番上阵，这样给客户的压迫感将更大。

最后，该谈谈乘车的规矩了。原则上，车子的上座是后面的位置，其中司机后面是最大位，第二大位是与最大位相对的进门之位，面在这两个位置中间者则为第二大位，这么说来，司机旁边的助手位置就是最小的位置了。所以不管你的想法是什么，请你千万不要让客户坐在司机的旁边，因为这是非常失礼的。但是如果业务代表自己开车，为了方便与客户谈话，而让客户坐在前座，那又另当别论。

假如客户并未按照一般座位规矩请你入座，你就不必再坚持自己的原则。总之，业务代表虽然必须懂得“坐的礼貌”，但一定要灵活运用、随机应变，不可太过拘泥于形式，或故意谦让，因为这样反面会让人有矫揉造作的感觉。

3 业务代表穿衣打扮的 5 个要素

业务代表的服装仪容要端正，这点要比说话的技巧更重要。因为营销时，你给对方的第一印象，就是这次生意成败的关键所在。每天必须与第一次见面的陌生人接触的行业，就是营销工作。

当升学考试，或者是就业考试，要接受面试的时候，大家一定会紧张。作为一个业务代表，每天就好像要接受十几回的面试测验。既然如此，服装仪容的端正，是当然的要求。那么应该要注意哪一点呢？

①要穿着能够衬托气质，又能予人清洁感的服装

这点虽然不是要求你去购买价钱昂贵的服饰，但是还是要穿出一定水准，或者是稍微高一点水准的服装，这样比较能给对方好一点的印象。如果衣服的领口或袖子很脏的话，就太失礼了。

②要注意生活上的小节

对于经常不换鞋袜，不时散发臭味的业务代表，谁会有好感呢？

③不仅是服装，发型最好也要注意

尤其到大型公司去营销产品的时候，更需要注意这点，这是因为遇到对方是很有地位的关系。如果跟经理或董事长见面的时候，能够保持清洁的形象，你将会留给他们良好的第一印象。

④要重视某种程度的时髦

不管你留给对方多么认真而清洁的感觉，但是如果你身上穿着十年前曾经流行过的衣服，总会给人一种不太对劲的印象。你是在营销最新款式的车子，身上都穿着十年前流行过的服装样式，这不是太不搭调了吗？

⑤身上的服装，是否适合自己所要营销的商品

这点也是不容忽视的。银行的职员，如果衣着很随便的话，也是很奇怪的。而在营销高尔夫球具的时候，衣着却像一个银行职员的话，客户不可能跟你聊得很投机。

4 如何正确使用名片的6项要点

名片可算是业务代表予人的第一印象，透过它，可以使客户了解商品的性质、用途，进而产生购买的欲望，所以递送名片时，应该以审慎的态度，恭敬礼貌地递予对方。

业务代表看到客户时，首先要以一种很亲切的态度与对方打招呼，并报上公司名称和自己的名字，然后把名片递到对方的手上。可是有些业务代表却往往疏忽了这些基本的礼貌，他只是一面在嘴上说道：“我是×××”，一方面将名片随便往桌上一搁。这其实是一种很错误的做法，因为你如果这样做，客户可能并没有听清楚公司及你自己的名字，更不能激发其购买欲。

最正确的递送名片法，应该是将名片倒过来，把自己的名字向着客户，使客户能够清楚地念出自己的名字，并且要走到使对方容易接到的距离递送上去，这才是递送名片的最基本礼貌。

拿出名片时，请别忘了脸上带着微笑，并且不要慢慢吞吞、拖拖拉拉的，因为如此会让对方有焦急的感觉，甚至对你的营销工作产生排斥感。