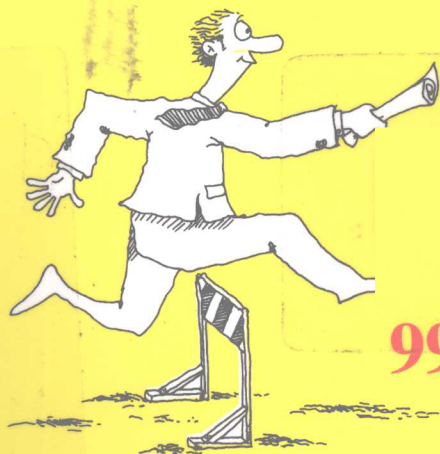


普
华
经
营

正略钧策
ADFAITH

世界上 最伟大的 推销员

邓媛媛◎编著



99个实训目标+500余条销售技巧
帮助推销员突破重重障碍，迅速拿单！

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

世界上 最伟大的 推销员

邓媛媛◎编著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

世界上最伟大的推销员: 实训加强版 / 邓媛媛编著
—北京: 人民邮电出版社, 2010.2 (2010.3 重印)
ISBN 978-7-115-22186-5

I. ①世… II. ①邓… III. ①推销—基本知识 IV.
①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第006290号

内 容 提 要

本书秉承被市场营销界奉为主臬的奥格·曼狄诺的《世界上最伟大的推销员》一书的销售理念,并结合目前销售市场实际情况和推销员所需,将全书内容分解为99个实训目标,以及近500余条技巧特训和建议。书中列举了众多推销名人的实战案例并加以分析,力争融真实性、操作性、生动性为一体。另外,本书在每一个实训目标后面还设计了“效果评估”板块,读者可以把自己阅读和操作过程中的心得体会记录下来。相信你一定能够在里面找到自己的成功之路,从此让推销变得不再困难。

本书适合所有从事推销工作的人员以及销售培训人员阅读和使用。

世界上最伟大的推销员(实训加强版)

◆ 编 著 邓媛媛

责任编辑 许文瑛

执行编辑 付微微

◆ 人民邮电出版社出版发行

北京市崇文区夕照寺街14号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 18

2010年2月第1版

字数: 230千字

2010年3月北京2次印刷

ISBN 978-7-115-22186-5

定 价: 35.00元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154



推销是世界上最困难的工作之一，而世界上最伟大的推销员却把它看得相当简单，他们成功的秘诀不外乎16个字：“保持自信、琢磨客户、巧妙说服、促进成交。”

要想完全做到这一点并不容易，但有人做到了，于是他们成功了。例如乔·吉拉德，他是一位业内无人不知、无人不晓的推销大师，他因售出13 000多辆汽车而创造了商品推销最高纪录，被载入世界吉尼斯大全；他曾连续15年成为世界上出售汽车最多的人，其中有六年平均每年出售汽车1 300辆，从而成为推销界的至尊典范。再如李嘉诚，从小就因家境困难而投身于推销事业，在此期间不仅取得了巨大的成就，而且为其后来的成功创业奠定了基础，积累了丰富的经验。还有因推销保险而闻名世界的原一平，其保险推销纪录至今无人能及……

在这个世界上，无论是平凡的人，还是优秀的人，谁不想成功，谁不想成就一番事业？如果你是一个不甘于平庸、不想向命运屈服的人，那就投身到推销行业中去吧！向那些最伟大的推销员们看齐！从他们身上汲取必胜的信念和成功的经验！

想做世界上最伟大的推销员，其实并不是神话。成功有很多种，有的人靠自己的智慧和创意获得成功，有的人靠自己的苦心修炼获得成功，也有的人靠自己的多年摸索获得成功。而总有一些有心人在关注他们，把他们走过的路、经历过的事、留下来的心得记录下来并加以总结，形成宝贵的行业资料。

这样的资料，我们已经为你准备好了——《世界上最伟大的推销员》（实训加强版）一书。

如果你想成功，想成为最伟大的推销员，你要做的就是——阅读本书、揣摩本书，用我们为你准备的技巧特训来打造自己。

本书在编撰的过程中得到了一批同仁的支持，其中张林、徐慧霞、成



振珂为本书搜集了大量实用资料，李现梅、郭娜、许继国为本书翻译了部分外文资料，赵存、杨成刚、张国锐为本书配置了锦言警句，并作了点评，全书由邓媛媛统撰定稿。

由于本书的编辑时间紧迫，加之作者水平有限，书中难免存在错误与纰漏之处，敬请广大读者批评指正！



目录

第一章 基础推销素质实训 / 1

在有限的人生里,我必须学会忍耐的艺术,因为大自然的行为一向是从容不迫的。造物主创造树中之王橄榄树需要100年的时间,而洋葱经过短短的九个星期就会枯老。我不留恋从前那种洋葱式的生活,我要成为万树之王——橄榄树,成为现实生活中最伟大的推销员。怎么可能?我既没有渊博的知识,又没有丰富的经验,况且,我曾一度跌入愚昧与自怜的深渊。答案很简单:我不会让所谓的知识或者经验妨碍我的行程。造物主已经赐予我足够的知识和本能,这份天赋是其他生物望尘莫及的。

实训目标1 干练的个人素质训练 / 2

实训目标2 完备的推销知识体系培育 / 5

实训目标3 圆润的推销语言训练 / 8

实训目标4 得体的推销礼仪训练 / 11

第二章 超级沟通能力训练 / 15

我坚信,沙漠尽头必是绿洲。坚持不懈,直到成功。我要牢牢记住古老的平衡法则,鼓励自己坚持下去,因为每一次失败都会增加下一次成功的机会。这一次的拒绝就是下一次的赞同,这一次皱起的眉头就是下一次舒展的笑容。今天的不幸,往往预示着明天的好运。夜幕降临,回想一天的遭遇,我总是心存感激。我深知,只有失败多次才能成功。我要尝试,尝试,再尝试!

实训目标5 时刻保持乐观热忱的心态 / 16

实训目标6 以真诚溶解信任坚冰 / 19

实训目标7 用赞美消释沟通隔阂 / 21

实训目标8 将客户引入到他感兴趣的话题中 / 25

实训目标9 以尊重赢得客户信赖 / 27

实训目标10 防止与客户发生争执 / 30

实训目标11 避免使用消极的语言 / 33

实训目标12 适时适度地营造幽默气氛 / 36



实训目标13 用“心”倾听每一句话 / 38

实训目标14 洞察客户反应，即时回应 / 42

第三章 声音的最佳感染力训练 / 47

我不再徒劳地模仿别人，而要展示自己的个性。我不仅要宣扬它，还要推销它。我要学会去同存异，强调自己与众不同之处，回避人所共有的通性，并且要把这种原则运用到产品上。推销员和货物，两者皆独树一帜，我为此而自豪。我是独一无二的奇迹。物以稀为贵，我特立独行，因而身价百倍。

实训目标15 让自己的音量配合气氛 / 48

实训目标16 适当模仿客户的语调 / 50

实训目标17 让说话的节奏张弛有度 / 52

实训目标18 抑扬顿挫信“口”拈来 / 54

实训目标19 适当调试自己的语气 / 57

第四章 打动“上帝”的开场白训练 / 61

我要常想理由赞美别人，绝不搬弄是非，道人长短。想要批评他人时，咬住舌头；想要赞美他人时，高声表达。飞鸟、清风、海浪，自然界的万物不都在用美妙动听的歌声赞美造物主吗？我也要用同样的歌声赞美她的儿女。

实训目标20 直抒胸臆，表明来意 / 62

实训目标21 巧用寒暄催化剂 / 64

实训目标22 以“第三方”杠杆撬动对方 / 67

实训目标23 对待大人物的开场白 / 70

实训目标24 找准兴趣激发点，深入挖掘 / 73

实训目标25 真诚赞美，消融距离 / 76

实训目标26 利用人的好奇心开场 / 79

第五章 有效获取信息的提问方式训练 / 83

今天我要学会控制情绪。我怎样才能控制情绪，以使每天卓有成效呢？除非我心平气和，否则迎来的又将是失败的一天。花草树木，随着气候的变化而生长，但是我为自己创造天气。我要学会用自己的心灵弥补气候的不足。如果我为顾客带来风雨、忧郁、黑暗和悲观，那么他们也会报之以风雨、忧郁、黑



暗和悲观，什么也不会买。相反，如果我为顾客献上欢乐、喜悦、光明和笑声，他们也会报之以欢乐、喜悦、光明和笑声，我就能获得销售上的丰收。

- 实训目标27 开宗明义，直奔主题 / 84
- 实训目标28 在良好氛围下轻松开场 / 85
- 实训目标29 分层追问，锁定客户需求 / 88
- 实训目标30 适时提问，即时核对 / 91
- 实训目标31 让积极问题占据主导 / 92
- 实训目标32 引导客户主动配合的提问术 / 95
- 实训目标33 以反问校正客户关注点 / 97
- 实训目标34 以质问控制话题走向 / 100
- 实训目标35 以开放式提问引起客户谈话的兴趣 / 102
- 实训目标36 以选择式提问捕捉客户注意力 / 105

第六章 对客户的引导能力训练 / 109

我该怎样行动呢？我要爱每个人的言谈举止，因为人人都有值得钦佩的性格，虽然有时不易察觉。我要用爱摧毁困住人们心灵的高墙，那充满怀疑与仇恨的围墙。我要铺一座通向人们心灵的桥梁。我爱雄心勃勃的人，他们给我灵感。我爱失败的人，他们给我教训。我爱王侯将相，因为他们也是凡人。我爱谦恭之人，因为他们非凡。

- 实训目标37 让客户第一次就接纳你 / 110
- 实训目标38 敏锐捕捉客户需求信息 / 113
- 实训目标39 因人而异，个性沟通 / 116
- 实训目标40 引导客户亲自体验产品 / 120
- 实训目标41 将讨价还价隐于无形 / 123
- 实训目标42 提供真正能满足客户需求的产品推荐方案 / 125
- 实训目标43 展示产品，无声推销 / 127
- 实训目标44 使用通俗语言 / 132

第七章 超级说服能力训练 / 135

我绝不让心怀狭窄，我要与人分享，使它成长，温暖整个世界。我要用全身心的爱迎接今天。从今往后，我要爱所有的人。仇恨将从我的血管中流走。



我没有时间去恨，只有时间去爱。现在，我迈出成为一个优秀的人的第一步。有了爱，我将成为伟大的推销员，即使才疏智短，也能以爱心获得成功；相反，如果没有爱，即使博学多识，也终将失败。我要用全身心的爱来迎接今天。

- 实训目标45 化解客户的苛刻要求 / 136
- 实训目标46 数字动人心 / 138
- 实训目标47 成功引导，让客户在不知不觉中接受你 / 141
- 实训目标48 引导客户接受高价 / 144
- 实训目标49 向客户“下保证” / 148
- 实训目标50 说服也需适度“冷处理” / 150
- 实训目标51 倾听——最高的说服技巧 / 152
- 实训目标52 充当客户的好顾问 / 155
- 实训目标53 使客户对产品保持100%的信心 / 157
- 实训目标54 用合理化建议赢得客户青睐 / 160
- 实训目标55 鲍威尔说服术 / 162
- 实训目标56 巧妙营造欲购从速的氛围 / 163

第八章 释疑解惑能力训练 / 167

让我养成良好的习惯，戒除不良嗜好。让我拥有同情心，同情别人的弱点。我知道，一切都将过去。成功不是等待。如果我迟疑，她会投入别人的怀抱，永远弃我而去。当我兴高采烈时，别人可能正垂头丧气，不易打交道。但我不会自己泄气，几天以后，那个人可能会开心起来，对我的想法大加赞赏。我要耐心地释疑解惑，争取每一个机会，否则我将在失败、不幸、夜不成眠的日子中死亡。

- 实训目标57 巧用反驳法 / 168
- 实训目标58 抓住客户表示异议的信号 / 169
- 实训目标59 “但是”处理法 / 172
- 实训目标60 认同客户的意见 / 174
- 实训目标61 声东击西，转移客户注意力 / 176
- 实训目标62 自问自答巧释疑 / 179
- 实训目标63 将反对意见转化为独特卖点 / 180
- 实训目标64 以退为进，迂回应对客户异议 / 183



第九章 “拒绝”信息的应对与化解能力训练 / 185

“我现在就付诸行动。”外出推销时，失败者还在考虑是否会遭到拒绝的时候，我要默诵这句话，面对第一个来临的顾客。“我现在就付诸行动。”面对紧闭的大门时，失败者怀着恐惧与惶惑的心情，在门外等候，我默诵着这句话，随即上前敲门。“我现在就付诸行动。”面对诱惑时，我默诵这句话，然后远离罪恶。“我现在就付诸行动。”只有行动才能决定我在商场上的价值。若要加倍我的价值，我必须加倍努力。

- 实训目标65 应对“价格太高了” / 186
- 实训目标66 应对“我再考虑考虑” / 190
- 实训目标67 应对“过段时间再来找我” / 192
- 实训目标68 应对“我想再了解一下” / 194
- 实训目标69 应对“我没钱” / 195
- 实训目标70 应对“我很满意目前的供应商” / 197
- 实训目标71 应对“我需要老板同意” / 200
- 实训目标72 应对“我得和……商量商量” / 202
- 实训目标73 应对“我对你们的产品没兴趣” / 204
- 实训目标74 应对“先把资料放在这儿吧” / 206
- 实训目标75 应对“以后再合作吧” / 208
- 实训目标76 应对“你就是干推销的吧” / 211
- 实训目标77 应对“我希望你们的价格再低些” / 213
- 实训目标78 巧妙化解客户的拒绝 / 217

第十章 成交过程掌控能力训练 / 219

今天我要加倍重视自己的价值。我不能放低目标。我要做失败者不屑一顾的事。我不停留在力所能及的事上。我不满足于现有的成就。目标达到后再定一个更高的目标。我要努力使下一刻比此刻更好。我要常常向世人宣告我的目标。但是，我绝不炫耀我的成绩。让世人来赞美我吧！但愿我能明智而谦恭地接受他们。

- 实训目标79 让客户感受到利益所在 / 220
- 实训目标80 巧提妙引促成成交 / 222
- 实训目标81 将错就错引导成交 / 224



- 实训目标82 放低姿态打动客户 / 226
- 实训目标83 挖掘客户的深层需求 / 228
- 实训目标84 折扣要用得恰到好处 / 230
- 实训目标85 双向托底获双赢 / 232
- 实训目标86 抓住客户的心理暗示 / 235
- 实训目标87 试探成交法 / 238
- 实训目标88 激发客户的逆反心理 / 240
- 实训目标89 声东击西巧成交 / 242
- 实训目标90 假设成交法 / 244
- 实训目标91 欲擒故纵，瓦解客户的防御心理 / 246
- 实训目标92 让客户自愿下订单 / 249
- 实训目标93 金蝉脱壳，转移话题 / 251

第十一章 不“打”不成交——电话营销能力训练 / 255

我渴望成功、快乐和心灵的平静。除非行动，拖延使我裹足不前，它来自恐惧。现在我从所有勇敢的心灵深处体会到这一秘密。我知道，要想克服恐惧，必须毫不犹豫，起而行动，惟其如此，心中的慌乱方可得以平定。现在我知道，行动会使猛狮般的恐惧减缓为蚂蚁般的平静。

- 实训目标94 密切注意隐形的信号——电话礼仪 / 256
- 实训目标95 重视电话约见技巧 / 259
- 实训目标96 渗透电话回访技巧 / 262
- 实训目标97 巧妙越过“把门人” / 265
- 实训目标98 歪打正着巧推销 / 267
- 实训目标99 趁热打铁成功跟进 / 270

参考文献 / 275

第一章

基础推销素质实训

原版精录



在有限的人生里，我必须学会忍耐的艺术，因为大自然的行为一向是从容不迫的。造物主创造树中之王橄榄树需要100年的时间，而洋葱经过短短的九个星期就会枯老。我不留恋从前那种洋葱式的生活，我要成为万树之王——橄榄树，成为现实生活中最伟大的推销员。怎么可能？我既没有渊博的知识，又没有丰富的经验，况且，我曾一度跌入愚昧与自怜的深渊。答案很简单：我不会让所谓的知识或者经验妨碍我的行程。造物主已经赐予我足够的知识和本能，这份天赋是其他生物望尘莫及的。





实训目标1 干练的个人素质训练



作为一名推销员，首先应具备良好的个人素质，只有这样才能在面对挫折或考验时保持精神上的愉悦而不被打倒，令人刮目相看。

齐藤竹之助是日本20世纪60年代著名的推销大王。在他刚做推销员不久，就面临着一个很多推销员都难以打破的僵局。当时，五十铃汽车公司一直以不缴纳企业保险为原则，不论哪家保险公司的推销员发动攻势都无济于事。对此，齐藤竹之助决定集中精力拜访五十铃汽车公司的总务部长。谁知，总务部长不愿与他会面，他去了好几次，对方都以抽不开身为由根本不露面。在这种情况下，齐藤竹之助坚持定期拜访，两个多月后，对方终于被齐藤竹之助的精神所感动，同意接见他。

走进接待室后，齐藤竹之助拿出早已准备好的材料，竭力向总务部长介绍该保险的好处，可总务部长听了一半就说：“这种方案，不行！不行！”然后站起身走开了。

齐藤竹之助当天回家后，马上对这一方案进行了反复推敲、认真修改，第二天上午又去拜见总务部长。但对方再次以冰冷的语调说：“这样的方案，无论你制定多少也没用，因为本公司有不缴纳保险的规定。”

尽管如此，齐藤竹之助并没有像其他推销员一样泄气退出，而是重新振作起精神再次推销。齐藤竹之助从家到五十铃汽车公司来回一趟大约需要6个小时，一天又一天，他抱着厚厚的资料，抱以“今天肯定会成功”的信念，不停地与对方沟通。就这样过了3年，大约跑了300趟，最后他终于成功了！

从这个案例中可以看出，一个优秀的推销员必须具备良好的个人素质、坚韧的耐力和无比的自信，只有这样才能有所成就；动不动就灰心丧气的人是干不好推销工作的。

当然，没有人能够永远保持亢奋状态，每个人都会存在负面情绪。有一天，你醒来会问自己：“生活的意义是什么？每天的挣扎，难道只为延续



这种没有乐趣的存在吗？”这种情绪，陈安之有，安东尼·罗宾也有，不管多么伟大的人，都应学会化解自己的负面情绪。下面来看看推销之神原一平是如何化解自己的负面情绪的。

有一天，推销员原一平工作极不顺利，到了黄昏时刻，他身心疲惫不堪，像一只斗败的公鸡信步走回家去。当经过一个坟场时，他看到几位穿着丧服的人从坟场的入口处走出来，看这些人的样子一定是刚刚祭过坟。原一平突然心血来潮，想到坟场里走走，希望花木扶疏的墓地能够医治自己受伤的身心。

坟场的四周笼罩着一种奇特的气氛。原一平走过刻墓碑的石店与卖鲜花的摊子，踏上铺满碎石子的小路。突然，远处飘来一股烧香的香味，他不由自主地顺着香味走过去，走到一座新坟前。原一平恭谨地朝墓碑行礼致敬，然后很自然地望着墓碑上的字——科学大家×××之墓。他像着迷似的，痴痴地望着墓碑上的字。可能是“科学大家”几个字一下子击中了他，那一瞬间，原一平发现白天的疲倦与不如意都消失了。此时，虽然坟场一片漆黑，但原一平的内心却明亮极了，黄昏时那股萎靡之气一扫而空，代之而起的又是旺盛的斗志和满腔的工作热忱——“干吧！重新干吧！朝着新的工作目标，专心一致努力地干下去。”

技巧特训

一个好的推销员应具备一定的专业知识和良好的沟通能力，以便得到他人的信任，虽然这种特征和能力不易被量化，但其应具备的基本素质却大体可寻。

1. 亲和力

在推销过程中，亲和力是一种很重要的外在表现，任何客户都不愿意把钱交给一个看起来狡诈的人。推销员要想具备一定的亲和力，就应学会微笑、遵守语言礼仪和寻找共同话题。

2. 口头说服能力

这项能力指标对于推销员来说是相当重要的，因为推销就是说服别人购买产品的过程，而推销员的说服力与语言表达能力则关系到客户最后的决策。

推销员应如何增强自己的口头说服能力呢？以下几种方法值得借鉴。



（1）使自己等同于对方。许多研究者发现，人类具有相信“自己人”的倾向，如果你试图改变某人的个人爱好，那么你越是使自己等同于他，就越具有说服力。例如，一个优秀的推销员总是使自己的声调、音量、节奏与客户相称，甚至身体姿势、呼吸等也无意地与客户一致。

（2）尊重对方的感受。向陌生客户推销产品时，平庸的推销员会开门见山，结果当然是陷入僵局；而优秀的推销员则会先建立起彼此的信任关系，如果客户为某事烦恼，就说：“我理解您的心情，要是我，我也会这样。”这样就显示了你对别人感情的尊重，以后谈话时对方也会对你加以重视。

当然，优秀的推销员也不总是一帆风顺的，例如客户提出反对意见时，经验丰富的推销员往往会重新陈述对方的意见，承认它具有优点，然后再指出自己的意见更好、更全面。研究证明，在下结论前，呈示双方的观点，要比只讲自己的观点更具有说服力。

（3）运用具体情节和事例。例如，推销员在推销某种药品时，是把药品的成分、功能、用法详细介绍一番好呢？还是举出某个患者用药后病情有所好转的案例好呢？当然是后一种方法。优秀的推销员都清楚一点：个别具体化的事例和经验比概括的论证和一般原则更具有说服力。因此，推销员在推销的过程中要想说服别人，就应旁征博引，列举具体的案例，而不是一味地空洞说教。

总之，具备说服别人、赢得赞同的能力并不是神秘的天赋，推销员通过学习一些社会交往技能（当然首先要观点正确），就可以增强自己言谈的说服力。

3. 不断学习的心态

与人沟通是推销员应具备的技能之一。当推销员面对不同层次、不同工作、不同年龄、不同个性、不同家庭背景的人时，该如何找到对方感兴趣的话题，选择合适的沟通方式呢？这就要求推销员要不断学习，除了学习推销产品的专业知识外，还应学习其他方面的知识，也许是赛车、也许是股票、也许是旅游、也许是高尔夫球……这些都可能成为客户感兴趣的话题，推销员如果能够针对客户的特点抓住这些话题，则可以拉近其与客户之间的距离。

在实际工作中，推销员学习的知识越多，越能切入话题，订单成交的几率就越大，因为共同话题是人与人之间沟通、交流的润滑剂。所以，推销员应养成阅读报纸、杂志、书籍或上网搜集信息的习惯，借助一切知识做好推销工作。



4. 坚韧性

在现实生活中，很多人都具有积极行动的勇气，但常常缺乏等待胜利的耐心。作为一名推销员，首先应具备坚持不懈的精神。当然，坚持不懈并不是一件容易的事情，等待的过程往往需要成本，也需要面对他人的猜疑和自我怀疑。因此，推销员必须常常提醒自己，今天付出的努力，不见得明天就能看到回报，一分耕耘必定有一分乃至更多的收获，只是它需要时间的验证。特别是当客户抱以冷淡、不礼貌的态度时，推销员只要有勇气、有耐心面对这种不友好，客户就会发现你的与众不同，其态度也会随之转变，这时就是你成功的开始。

推销员要想锻炼自己的坚韧性，不妨这样做：当你想对某件事情说“不”的时候，偏去做，以此来锻炼自己的意志。一天增加一个“不”的挑战，例如心里想：“我今天不想去见下一个客户了。”而你偏去见了；“我今天不想早起了”，而你偏偏晨跑了。经过一系列的锻炼后你会发现，向“不”挑战已成为你的一种习惯！

效果评估

实训目标2 完备的推销知识体系培育

推销实战

是否具备完备的推销知识体系，关系到推销人员心理素质的发挥和整体素质的提高，并会直接影响其工作业绩。

“你的产品是卖给谁的？”

“你真的了解你所卖的产品吗？”



“你的产品和市场上同类产品相比，有什么样的优势？”

“客户为什么要选购你的产品，你的产品能给客户带来什么样的核心利益？”

.....

作为一名推销员，在展开推销工作之前，你能很清楚地回答上面的问题吗？其实，推销员未必明晰自己所推销产品的每一个细节，一个完整的产品需要我们从多方面进行研究。因此，推销员应完备推销知识体系，帮助客户解决问题，而不是单纯地介绍产品。

郑州某机械设备厂生产一种圆锥推力轴承，推销员小李准备把轴承卖给广州某汽车制造厂，但多次联系都被拒绝。最后，小李了解到该厂正准备与河北一家轴承厂合作，引进其生产的圆锥向心轴承。在了解详细情况之后，小李再次去拜访了该汽车制造厂主管技术的负责人，向其详细介绍了他们厂生产的圆锥推力轴承与向心轴承相比在性能上的区别、在生产技术上的革新以及能降低多少成本。在小李诚恳的介绍下，该厂终于答应与其签订50万元的合同。

在上述案例中，小李能够说服客户、打动客户的原因在于其掌握了丰富的产品知识，清楚自己产品的优势。其实，不管推销什么产品，最终的目的都是要让对方尽可能完整地接受自己的产品。

有一位做钢笔生意的商人，当初在做钢笔推销员时，他的业绩在整个公司一直都是第一名。在一次公司推销员颁奖大会上，公司经理问他：“你用了什么独特的方法让你的业绩一直保持公司第一呢？”他说：“将产品充分地展示给你的客户，一次示范胜过一千句话！”“每当我去推销时，我的皮箱里总是放着一瓶墨水和一个本子。见到客户后，我会问他‘您想写出一手漂亮的字吗？’同时把钢笔放在他们面前，请其当场试试。每当这个时候，不需要我介绍这枝钢笔有多好用，他们自己就会说出来了。”

试想，如果推销员对自己所推销的产品没有100%的了解和200%的信心，又怎能说出这样掷地有声的话语呢？

推销员只有了解并相信自己的产品，才能有针对性地推销，突出介绍产品的优势与特色，回答客户的询问和质问，从而获得成功。