

現代推銷術

余天希譯

世界書局印行

現代推銷術

余天希譯

J. G. FREDERICK 原著

世界書局印行

中華民國三十五年十月出版

現代推銷術

實價國幣一千五百元

外加郵費匯費

原著者 J. G. Frederick

譯者 余天希

發行人 李煜瀛

出版者 世界書局

發行者 世界書局

版權所有
不准翻印

序

因爲「推銷的技術和科學」，不及工程或化學之成爲正式的科學，所以或許沒有別種科目，當然沒有別種商業科目，比這個更難教來見效的了。假使學者要得着和生利能力相稱的澈底效能，當然沒有別種科學，比這個更要用心的了。

給人教益的「推銷著述」，以往曾受很多的批評，也許是應受批評的。以往的著述裏，似乎少有真正實用的給人教益的資料，去教導推銷員或擬充推銷員的人做什麼怎樣做，才能在他的職業方面得着充份的成功。所以，本書的著者和出版人的目的，是要將現代的「推銷科學」的基本原則，加以說明和解釋，藉以充份適應無經驗和有經驗的推銷員所信爲真實的需要，成爲「現代推銷術」裏切合實際的科目。

在選擇著作人的時候，曾盡力物色極合資格的人員，担任這項工作，著者在經驗，訓練，和教授各方面，都有特長；所以美國推銷員協會，於書端簽署認可，深信本書的內容，決不致和成功的推銷原則，有所矛盾。反言之，對於增進個人的推銷效能，會有實際的功用，對於教導性質的推銷著述，自成值得注意的貢獻。

主持推銷的主任，常以覺得正當的推銷員，並使他們久安於位爲難事，因爲有很多的推銷員，不會受着充份的正當的訓練，對於所選的外勤工作並不認真去幹。有很多所謂推銷員的人，走進推銷的「專業」，關

於現代推銷術的「基本原則」，既沒有受訓練，也不會加以澈底的研究，他們的「自負」，特別發展，使他們對於自己的進修去認真工作，不會感到充份的興趣，這種人獨多。也許他們還不會明白，現代的商業情形和競爭，使他們必須放棄許多陳舊的思想；他們也許是憤世嫉俗的，不會重視教導性質的推銷著述的價值，或許有意將自己的失敗，並不歸於不能將公認的推銷基本原則加以相當有效的實施。

在現在的商界之中，真實的推銷員便是真實的力量。每一真實推銷員的展望，是真正有價值的事業，值得盡力去幹。

對於自己的商業會有澈底的研究，對於本人的「行業」和商業的交際，曾加以審慎的選擇的推銷員，就通常的情形而言，比他在僱用相同訓練和一般設備的其他行業裏工作能多賺三分之一至二分之一。雖然這是事實，但所謂推銷員的人們，很少真能緊握着他們的機會，對於自己的進修，很少注意，真是奇事。

至於如上所述「推銷術」不是「正式的科學」，這句話決不應阻止要在自選的推銷工作方面成為權威的人不去從各方面將這種科目加以澈底和謹慎的研究。一個人知道自己和自己的工作愈多，他會有更大的信心，而他的成功也是更大的，這是說來很平凡的話。假使推銷員對於推銷的基本原則有更澈底的了解，對於自己的潛勢力和更大的技能，有更完全的知識，他們很容易從「接生意人」的階級升遷到「交易人」的地位，這是毫無問題的。

美國推銷員協會的主要目的，自然是將推銷術的更高標準，來諄諄教誨，加以獎勵。再加上推銷員和僱主間的更好了解。甚望本書能幫助完成這些結果，並使成功的推銷員所具的現代精神和實施，有更廣闊的知

識，可以實現。任何人在幹推銷工作的，不論有無經驗，如不能從本書得益，我們是不敢信的。

藍浦門 (H. A. Lampman)

美國推銷員協會會長

譯者序

一九四五年八月十五日，和平重現於我們的世界，今後展開的，自然又是商戰！那決不是囤貨無不發財的非常際遇。

怎樣應付現代的商戰呢？最前線的戰士，便是推銷員。我們從事這項工作的人員，請問有沒有相當的修養，訓練，準備。如自問有所欠缺，不可不讀本書。

一九四六年以後的若干時期，勢必又是所謂「戰後的不景氣」。爲國家培養復興的元氣起見，商人務須就本位努力，使入超逐漸減少，達到出超的成績，才是對於國家的偉大貢獻。

願商界中之每一人員，成爲今後商戰的原子炸彈，爲己爲國，得着最後的勝利！

余天希 一九四五，八，一五。

目錄

一 推銷員的自我分析和志向

確悉自己的能力爲何重要？——自我分析的圖表——請在表上給你自己評價——特別注意你的優點和劣點——推廣能力的具體方法——善用本書的方法——推銷員的基本品質自我分析圖解

二 推銷員成功的重要品質

你的未來發展圖——你自己去起草吧——發展資格的方法——廿五種最重要的資格——七種最高的資格——三種不可少的資格

三 現代推銷術的真義

推銷術的定義——推銷術的觀念改變——銷售的現代條件——推銷術的新地位

四 研究對象術：相人術

觀察術和發展牠的方法——氣質、思想的背景和習慣——外表的分析——額、眼、脣、頸等——研究對象的談話——設法調整對方談話的快慢

五 最新式的購買技術和對於推銷術的影響

現代科學的購買技術——採辦主任的道德、規則和標準——對於推銷員的申請的標準現代態度——推銷員對於採辦和採辦人員的態度

六 推銷員工作的分析

為什麼工作分析是有用的？——工作分析是什麼？（有例）

七 推銷員關於本行的教育

推銷本行的信譽和出品——推銷員充當親善的專使——推銷員關於本行應知的事實——推銷員關於職務的認識——做着生意

八 推銷員對於貨物的正當教育

一行貨物的要點——製造的技術——競爭的研究和對於競爭的態度——銷貨可能性的獨見

九 接近前

分析你的對象——你的接近的計劃

一〇 接近

進門術——抓住興趣——快的接近——曾加研究的或分析的分析——「高壓」的接近

一一 十種普通的對象

一二 善說術

推銷員須知關於聲音的重要事實——發音清晰、姿勢和着重——語言和用語總數

一三 推銷術裏的合理議論……………七〇

合乎論理學的議論是什麼？——避免爭論的方法——造成信服的心理——終結所發表的議論

一四 標準化的推銷談話……………七五

標準化的談話應用妥當的時間和理由——應用標準推銷材料的個人自由

一五 推銷術裏的表演法……………七九

人類的五種感覺和推銷的重要性——讓對象走上推銷的路——表演壯觀法

一六 推銷議論裏的戰略……………八五

對付對象的議論——使議論常在軌道上——需要推銷戰略的特種問題和建議

一七 推銷時的殷懃機敏和禮貌……………九〇

殷懃是推銷心理學裏的第一定律——禮貌是推銷的滑潤油——應付推銷困難的機敏

一八 成交術……………九四

分析成交的正當時間——不同情形下的成交策略——對付延擱的對象的推銷術

一九 活潑的推銷員和廣告合作的方法……………九九

現代推銷員對於廣告的認識——以當地適用的廣告和商店廣告供給經售人——推銷的努力和

廣告的運動同時進行

二〇 使推銷員爲「顧問」的現代方法……………一〇四

推銷工作的新見解——顧問資格的訓練——現代推銷術的故事

二 推銷的幾種普通陷阱

推銷員常有的錯誤意見——等待推銷員的各種陷阱——人格和熱心最爲重要之說不可靠

一一〇

三 影響推銷的心理學上的因素

推銷工作方面的精神上的程序和因素——吸收注意、固定印象、引起感應的心理學——將一種思想或習慣打進對象的心裏——精神上的反應情形

一一七

三 負起責任

推銷員必須常和激勵的來源發生關係——自我激勵——達到目的的推進力——關於推銷的每

一二四

日新消息

二 平均律和推銷統計

平均律是什麼？怎樣用法？——根據平均律計劃推銷工作——推銷方面統計的運用

一三二

二 本行能助推銷員的方法

內勤和外勤人員的正當關係——推銷部主任有賴於推銷員的各點——報告的製作和其他的特

一三五

別工作

二 和下級人員合作所得的成功

推銷員應當學習訓練助手的理由——推銷員對付下級人員的方法

一三九

二七 難於對付的主顧和得着他的方法

幾種平常的推銷阻礙和最好的對付方法

——對於挫折的特超策略——著名的推銷失敗的考問

一四二

二八 推銷員一天工作的計劃

光陰對於推銷員的重要性——善用等待的時間——某一公司的推銷辦法的綱要

一四八

二九 推銷員的夫人和家庭生活爲成功要素

夫人和家庭對於推銷影響的統計——妻助夫法

一五三

三〇 推銷員的報酬

付款與推銷員的最好方法——推銷員對於收入的態度

一五六

三一 推銷員是成功的人員以後

推銷員升遷的合理步驟——推銷的專業

一五九

三二 美國推銷術的進步

最近六十年來推銷術轉變的評論，今後數年間現代技術的預告

一六二

三三 完善的推銷員測驗

曾加測驗的問題五十個，又有將答案評分的公式，能告訴你自己是列入哪一等的推銷員，表明你的弱點，或告訴你究竟有沒有做推銷員的資格

一六九

現代推銷術

一 推銷員的自我分析和志向

關於你自己本身的事，你究竟知道多少？你所想着的，有多少是自己誤信的？關於你的最重要的品質，哪幾種你不自知，從不會加以利用，或會誤用使你自己更有效能起見，你該知道些什麼？

確悉自己的能力為何重要？

這是研究的重要問題。對於推銷員，更屬重要。關於人的能力和發展，著作很多，但多無意識。推銷員不能拿「專利藥品」式的材料，來對自己實驗；他所需要的，是能得着的專家的實用方法，因為推銷員出去推銷的時候，他的資本的大部分，包括（一）他自己，（二）他的能力，和（三）運用他的能力的知識。商界中人，沒有比推銷員更要全靠自己的能力和運用能力的本領的。因為推銷員是要單獨去執行職務的人，而他所執行的職務，究竟還是一種技術。到現在還不會有推銷的科學；就是他的推銷部主任和組織，也祇能在相當限度之內，加以助力。他做工作的時候，要單獨去幹，不像在公事房或工廠裏的職員，身邊常有同事和幫手來激勵和上級人員的監察。所以推銷員必須有自知之明，好像奏梵啞鈴的人全懂他的樂器，飛機師全懂

他的飛機，因為他們也一樣是要單獨工作的。

所以你該正確地評定你自己的價值。你的長處，如你自知。也許你有多種優點，但是，倘使你不知道怎樣運用和何時運用，那些優點便全無價值了。老話有所謂「天生的推銷員」，你不可相信。正式的推銷部主任不信推銷員是天生的。科學告訴我們，除了很簡單的本能以外，並沒有別的與生俱來；求得的特性，並不能遺傳。科學告訴我們，就是那平凡的感覺如恐懼之類也不是天然的，因為新生的嬰兒，會毫不恐懼去拍獅子的鼻部。恐懼猶如許多別的特性，是後來發展的。倘是要預備做一名良好的推銷員，你能望與生俱來的一切，祇有健全的體格，氣質方面和種族方面的特性。

讀這章書的諸位，一定已經發展了你們的特性，某一種也許多些，另一種也許少些；某一方面強些，另一方面弱些。所以你要做的，是對於你的特性，加以密切的研究，客觀地估定牠們的價值，而後在推銷的時候，你已經懂了，便可善於利用。你出去工作，並非將對於自己的錯誤評價，來求虛榮的滿足，乃是對於推銷的成功，要動員你所有的策略。你有充當推銷員的資格，——當然你有資格：祇有少數人缺少簡單的基本的要點；最普通的和最不幸的缺點，便是意志和訓練。

歸總的問題，你究竟真願學習怎樣有自知之明，得着必要的知識，去善用這種資料麼？預備得法的推銷員，從不會有比現在更好的機會，因為舊的情形轉變了，推銷部主任要找着肯研究自己的工作和本人的長短的推銷員，很有困難。

假使你研究自己，和研究高爾夫、汽車、無線電，同樣注意，同樣發奮，同樣謹慎。假使你十分鎮靜地

觀察你自己，好像你是別人。假使你向着你的途徑前進，好像你握着高爾夫球棒或研究汽車和無線電的全套機件一樣。你要求得多麼偉大的能力啊！所得到的結果，便是推銷的能力。他人給你的苛刻的批評，你決不能忍受，但是除了愚人以外，爲了自己所選的工作，來分析自己一下，使能幹來更好，任何人都願一試。

自我分析的圖表——請在表上給你自己評價

在本章的末頁，有一張圖解——自我分析的圖表。拿一枝鉛筆，選取安靜的時間，用百分之百的誠實來圖解你自己。不要評價過高，也不要評價過低。靜加思索；倘若在重加考慮以後，你相信有不對的地方，便將記號更改。你已註明的一切自我批評，和已註明的自我發現的長處，應當慎重考慮一過。倘若你有太太，請她對於你的自我估價覆核一次。那圖表製作的本意，祇給你自己看。我們假定你對於充當推銷員的前途感到真正的興趣。但是如果誤評自己，那末開始便大錯了。

那張圖表製作完成之後，你是初次看見表現你的圖解，看清楚了自已，不免有所驚異。那張圖表，好比是表現品格的X光，可用來增進你的營業和推銷的效能。那張圖表，明顯地指示你所缺乏的是哪幾種品質，你所擁有的，又是哪幾種品質。

在這裏我們也不免照俗例說幾句「勸勉的老套」。我們並不強求你一定要進修。取得所缺乏的品質，一定要用百分之百的努力。去達到真善美的地步，或是一定要你幹、要你敢幹，或是做到代表人物如許華伯（Schwab）或哈禮曼（Harriman）之流的成績。要你盡力利用已有的品質，勿以未有的品質爲慮，是更實際

的，更合科學的原理的。當然，對於你有缺點的品質，你應略盡本能，加以填補，使之增強。但是如果說你能幹顯然不能幹的事，那祇是胡亂的勸勉罷了。訓練推銷員所得到的經驗，告訴我們這兩點：（一）用一種典型培養推銷人才，實是笨事；而且（二）所得到的結果是減少他們的效能。每人的品質和特性，有特殊的結合。有些能够顯明地表現出來，而本人加以運用，毫不自覺，必生奇效。倘若他將本書所載的推銷知識，和自己的個性氣質，加以相當的調整，那末他能不期然而然地運用的品質，便是能望推銷成功所需的品質了。用他所有的特出的這些品質，受了訓練，便可成功，——不必用那些沒有密切關係的。以後各章，再當詳論，但是你自始就該明白：當你做自我分析的時候，倘若對於推銷術方面認為重要的某種品質，你自覺太劣，不要以為沒有真正成功的希望。

特別注意你的優點和劣點

對於你的優點，應自覺榮幸，自信確有那些優點。請將本書讀完，藉使種種優點，有特殊的配合，得着本書的指示，能產生有效的行動。尤其對於所缺的品質，毋庸過慮，切勿自存「低能」的心理。例如：你看見別的推銷員，有某種自然善於交際的能力，而你倒獨缺乏這種手腕，你不必因為你沒有這些顯明的資格，便生出妒忌的心理，而懷疑自己的能力。也許有時候你有些怕難為情，但是即使如此，並非做一位良好的推銷員的真正障礙。遇到相當的配合，也許是力量的要素——猶如你所羨慕的，「一見如故」的交際手腕，反會壞事。「好朋友」式的推銷員，對於詭辯的對象，未必能成交；而且他們的品德方面，常有缺點；他們常

是缺少真正重要的品質的。

推廣能力的具體方法

請將本章重讀一遍，務必了解主要的一點：本書的宗旨，並非將某種推銷員定為典型，使你就範；乃是自始要使你了解自己，發現你的優點。倘若本章能達到這個目的，便盡了牠的任務。本書的宗旨，要運用你的優點，作為訓練的中心。讀下一章和其他各章時，你須集中你的注意在這些優點上面。關於造成真正的人格——你的人格；最真誠最有效的推銷人格——你該和其他一切的資料、忠告、知識適應着。你的推銷教育，建設在你的優點的基石上面，自然不怕風吹雨打。我們的目標，好比建築房屋，用你的銷貨成功做材料；就像良好的建築者一般，第一件關心的事，去找着盤石，來奠下基礎。關於推銷術的舊觀念，缺乏這種該注意的一點，便是嚴重的缺點。因而發展的人格是虛偽的、不真誠的，心理上的態度，也是錯誤的，勸勉世人之流，對於改正他人的弱點，常反覆陳說；他們的聽衆，大都是自感低能不善辭令的人們。那並不是發展個人的方法；本書的設計，和牠完全不同。我們的讀者，是自重有志的人物，目的在了解他們的力量，並運用他們的力量，並非攻擊他們的弱點。要他們用那種力量，到外面去得到勝利。

善用本書的方法

要得着本書的充分價值，最好每章讀兩遍。第一遍的讀法，和閱報章雜誌同樣略讀。第二遍的讀法，應