

 一个教你如何推销你自己就能推销一切的绝妙方法

MARKETING IN JUST ONE MINUTE

一分钟营销

[美]斯里斯特恩·滨 著

时代文艺出版社
SHI DAI WEN YI CHU BAN SHE

作者在美国留学期间，在儿童心理、家庭婚姻、企业运营等方面，撰文并出版数部作品，销量荣登畅销排行榜。

一分钟经典系列丛书

一分钟营销

[美] 斯里斯特恩·滨 著



时代文艺出版社

图书在版编目(CIP)数据

一分钟营销/[美]斯里斯特恩·滨著. - 长春:时代文艺出版社. 2002. 5

(一分钟经典系列丛书)

ISBN 7-5387-1657-2

I. 一… II. 斯… III. 中篇小说—中国—当代
IV. I247.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 022527 号

一分钟营销

作 者:[美]斯里斯特恩·滨

责任编辑:刘德来

责任校对:刘德来

装帧设计:赵 兵

出 版:时代文艺出版社

(长春市人民大街 124 号 邮编:130021 电话:5638647)

发 行:时代文艺出版社

印 刷:北京市书林印刷厂

字 数:60 千字

印 张:4.75

版 次:2002 年 5 月第 1 版

印 次:2002 年 5 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-5387-1657-2/I·1583

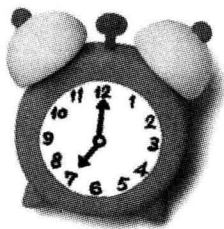
定 价:37.80 元(全三册)

内 容 提 要

阿炳想成为一名优秀的营销员,经人介绍,前往营销专家琼女士家讨教,琼女士不仅向阿炳传授了很多的营销谋略与技巧,而且还对他提出了“一分钟营销”的个人观点,指出,许多的营销过程,是否能取得成功,关键的时间,也就取决于某一分钟,在此后的实际工作中,阿炳不仅证实了琼女士“一分钟营销”的实用性和正确性,还悟出了一分钟营销的关键时刻,并成为风光无限的“一分钟营销员”。

目 录

◎代序：一分钟的咏叹.....	1
◎“一分钟营销”自我五项测定.....	3
◎阿炳的拜访.....	5
◎营销前的关键一分钟.....	22
◎营销时的关键一分钟.....	43
◎营销后的关键一分钟.....	58
◎一分钟营销自我赞美.....	75
◎一分钟营销自我惩戒.....	91
◎一分钟营销目标拟定.....	108
◎一分钟营销自我激励.....	125





◎代序：一分钟的咏叹

对于航天人来说，一分钟的时间，就有可能让卫星升空；

对于勘探者来说，一分钟的时间，就有可能让钻井出油；

对于慈善家来说，一分钟的时间，就有可能让饿殍果腹……

如斯的一分钟便显出其伟大！

一分钟的强烈地震，可以令一座繁华的都市变成一座废墟；

一分钟泛滥的洪水，可以令万顷良田变成一片汪洋；

一分钟的核式战争，可以令一颗生机盎然的星球销声匿迹……

如斯的一分钟便显出其恐怖！



一分钟的时间虽短,但足能让人类享用它的永恒! 父母与孩子之间、教师与学生之间、丈夫与妻子之间、上司与下属之间等等。有时候,用活用精用妙了一分钟,人生的天空上就会闪现出绚丽的彩虹
.....

如斯的一分钟便是和谐的音符!



◎“一分钟营销”自我五项测定

一、如果您是一位在营销事业上卓有成就的人士，当您独自一人在办公室无所事事时，您对自己的感觉是——

①踌躇满志，但压力较大

②踌躇满志，但压力较小

二、如果您是一位在营销事业上卓有成就的人士，而自我感觉每天都是忙忙碌碌如同一部高速运动的机器，您会——

①自己对此状态不太满意

②自己对此状态很不满意

三、如果您是一位在营销事业上卓有成就的人士，从经济实力上看，有能力帮助别人，当您遇到需要别人帮助的人时，您会——



- ①少管闲事,多一事不如少一事
- ②量力而行给予适当的帮助

四、如果您是一位在营销事业上卓有成就的人士,有一次休假的时间,在休假期间,您会——

- ①追悔莫及,心里只想到失去的损失
- ②心安理得,全身心的彻底放松

五、如果您是一位在营销事业上卓有成就的人士,在繁忙而又紧张的营销工作之后,您会——

- ①意识中的“我”只想营销工作中的“我”
- ②意识中的“我”只想营销以外的“我”

在以上五项自我测定中,假若您是一位在营销事业上卓有成就的人,而又毫不犹豫地选择了①,就说明您还不会享受事业有成而给您带来的幸福和欢乐!因此,您有必要读读《一分钟营销》这本书……



◎ 阿炳的拜访

上过高山，方知平地。
看过大海，始觉徘徊。
三人同行，必有我师。

阿炳做营销员已经二年多了，可仍然是业绩平平，甚至有时还支不付出。他常常为此苦思冥想，不断地改变营销方式和策略，然而效果仍然不是很好。前天，他有幸结识了一位大学讲师，并向他介绍了现已成为营销专家的琼女士。昨天，阿炳按照讲师给他留下的电话，给琼女士讲明了意图。也许是自己当年创业的艰辛，琼女士爽快地答应了阿炳的请求。今天，阿炳如约而至。这是一幢依山傍水的中西合璧的小别墅，两层，圆顶。前面是一个宽阔的大院，后面是花园。阿炳看到眼前这幢别墅，仿佛有看到自己未来的感觉。阿炳按了两下门铃，“喂，谁



呀？”“我是阿炳，就是昨天和琼女士约好的”。“啊，请进吧。”“咔嚓”大门开了，一楼客厅，琼女士满面春风地迎接了阿炳——这位年轻的小伙子定会成功的——琼女士第一眼看到阿炳时，心里就这么想。

宾客落座，琼女士便向阿炳提出了“一分钟营销”的个人观点。

“一分钟？”阿炳孤疑地问道。

“对，就是一分钟。”琼女士肯定地回答道。

“世界上有许多事情都是这样，自始至终有一个过程，在这个过程中，每一个环节都是必不可少的，但是，成败的关键就只在那么一两个环节上。”琼女士继续说道。

阿炳仍然是迷惑地看着琼女士。

“我所说的，营销一分钟，指的就是这关键的一两个环节。”琼女士呷了一口茶。

“那么这关键的一两个环节，就我们营销来说，那关键时的一分钟又怎样把握呢？”阿炳插言道。

“举个例子说吧，这是一个茶杯，我是一个营销员。首先，我必须对这个茶杯的产地、性能、包装、价格差等等有所了解。掌握这些，是营销的第一个过程。”

阿炳此时的内心好像不屑一顾，“这些话谁都知道。”



琼女士仿佛看透了阿炳的心思。于是向阿炳提问道：“小伙子，你以为下一步该做什么呢？”

“很简单，两个字——营销。”

“错了，年轻人，首先，你这种气质就不是一个称职的营销员。”

“一个合格的营销员，首先必须具备谦恭自律的素质。你是向顾客推销你的产品，顾客就是你的上司，你必须首先让你的上司充分信任你，才有可能实现你的营销目的。”

“对不起，琼女士，请原谅我的无知。”阿炳猛然醒悟自己的不足。

“还是继续刚才的话题吧。”琼女士说道。

“比如说，这个茶杯的产地是景德镇。那么，作为一个营销员，必须充分发挥其历史名城的向心力的作用，提高营销产品的知名度。面对顾客，要充分揣摩顾客的‘潜意识’，这种‘潜意识’就需要营销人去挖掘，去拓展，乃至扩大。”





“如果，顾客在挑选过程中，因种种原因，而摇摆不定。比如说，款式不理想，过大、过小、过高、过矮，或因钱带的不够充足又担心商品的质量及真伪等等。这时，作为一个营销者，必须马上稳定顾客心理，使其坚定购物信心。你不妨作一些相应的、机动灵活的调整或比较，促成营销成功。”

“而一旦营销成功后，顾客辞行，你不妨给顾客一个小小的，但必须是真诚的承诺，比如说，如果不理想可来调换。这样你的营销一定会门庭若市。”

“请问琼女士，你是怎么得到启示，获得成功的呢？”阿炳不禁问道。

“我正要对你讲这个小故事。”

几年前一个夏天的午后，我徘徊在一排的理发店前准备理发，不用说，这徘徊就是在挑选，正当我犹豫不决时，其中一个店内走出一名小姐，面带微笑，对我说：“太太，想理发吧，请到我们这里来，包你满意。”

盛情之下我毫不犹豫地走了进去。我原本打算简单地吹剪一下了事，而当吹剪将完未完之际，这位小姐又冲我甜甜一笑开口道：

“太太，您的头形很适合这种波浪式的发型。”她顺手指向墙上的发型设计图。骤然间，我的确有些心动。于是，未置可否地答道：



“是吗？”

“是的，如果你愿意，我半价优惠为您服务。D 君夫人(知名度很高)就经常光临本店。”小姐道。

爱美本是女人的天性，况且半价优惠又能平添几分朝气，何乐而不为呢，D 君夫人的发型的的确很美，我心里这么想。

于是，我和这位小姐再一次达成协议。

经过这位小姐的巧手设计。我自我感觉的确非常好地好。

道别之际，小姐看到我满意的笑容，又不失时机地对我许下承诺：

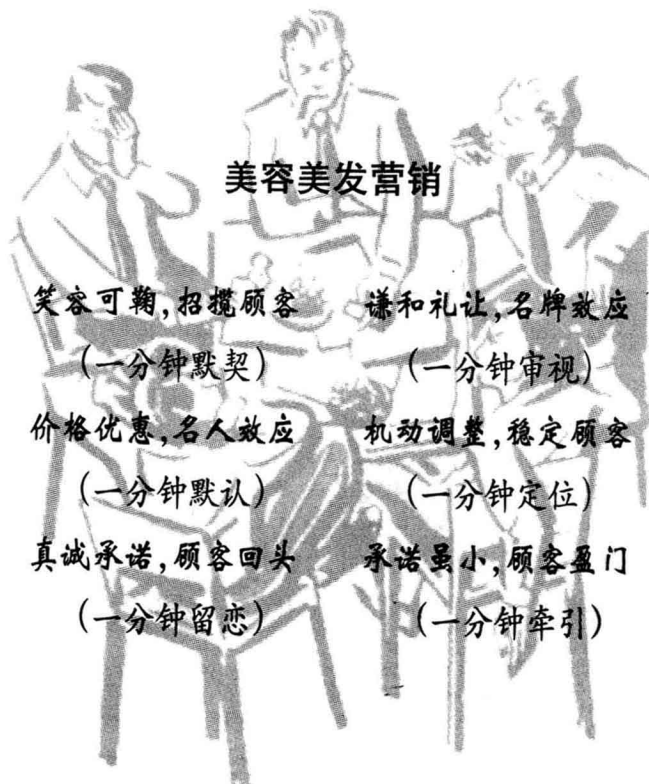
“太太，如果您以后觉得别的什么发型更适合您，请到我这里来，和今天一样，我一定让您满意。”

于是，这位小姐便成了我的固定美容师——当然啦，我们也自然成了亲姐妹般的好朋友。

“故事讲完了，小伙子，你能从中悟出什么道理吗？”琼女士对阿炳问道。

此时的阿炳听得已有些痴迷了，他只是茫然地连连点头。

“美容美发，营销，虽然行业不同，但实质上有很多相似之处。我们不妨把美容美发与营销过程做一次一对一地比较：



美容美发营销

笑容可鞠,招揽顾客

(一分钟默契)

价格优惠,名人效应

(一分钟默认)

真诚承诺,顾客回头

(一分钟留恋)

谦和礼让,名牌效应

(一分钟审视)

机动调整,稳定顾客

(一分钟定位)

承诺虽小,顾客盈门

(一分钟牵引)



如果是一位优秀的美容美发师,或营销者,每做成一笔生意,还必须有一个自我赞美、自我惩戒,自我鼓励和自我拟定的目标那么一瞬间的脑海回顾。

比如说,今天在营销这个茶杯过程中,哪一分钟的关键,自己做到了位。哪一分钟的关键尚欠妥当。哪一分钟的关键是值得惩戒的,那么,下一次的营销活动要达到怎样的计定目标,自己应该充满必胜的信心做好下一次的营销……”

琼女士像一个天才的演说家,滔滔不绝地演说着,阿炳似乎再很难插上话。他几次张开口而又欲言又止。

“比如说,这个茶杯。”琼女士继续说。

“这个茶杯是景德镇的产品,顾客的光临,说明了顾客的潜意识里正需要茶杯,能不能让顾客的潜意识变成直观的可闻的明了意识,关键在于营销者的面部表情和语言艺术。很多顾客往往是默不出声,仔细审视。这时的顾客有两种可能:开口问价,讨价还价,最后成交;而另一种可能则是默默地来,又默默地去。但是在优秀的营销者面前,一旦顾客临门,大多数是不会空手而去的。顾客临门,营销者应该马上谦和地问一声:先生(女士、小姐)您好,请问您想要点什么?”

而当顾客回答道:“先看一看”。营销者应该说:



“欢迎您的光临，请随便看吧。”如果顾客问某一商品的价格，营销者不妨不失时机地将该商品的性能，产地等等尽可能地向顾客介绍的详细一些。还可以向顾客介绍近期销售情况，售后服务等等。从而赢得顾客的信任，坚定购买的信心。一旦成交，必要时可以做出小小的让利，并给顾客一个真诚的承诺。

“这种承诺一定要真诚，是吗？”阿炳插言。

“是的，承诺一定要真诚，代价不必很大，换言之，就是在不牺牲自己的利益前提下，可以对顾客承担适当的补偿责任。”

“我明白了，这就叫舍‘卒’得‘车’。”阿炳说。

“是的，自古以来，人们的交往都需要一个‘诚’字，有了‘诚’才有‘信’，而对于营销者来说，这两个字就显得尤为重要。顾客对产品仔细审视，默不出声，说明顾客潜意识要买这种商品，但必须要买的称心如意，同时更重要的是害怕买到假冒伪劣产品。营销者首先要做的事就是要排除顾客的这种心理障碍，继而就是让顾客吃一颗‘定心丸’，实现营销的目的。”

“有的顾客这里瞧瞧，那里看看，心里仍然拿不定买谁家的商品好，这时候，营销者怎样才能迅速使顾客倾向自己，实现成交的目的？”阿炳问道。

“这是我正要对你讲的”琼女士说。