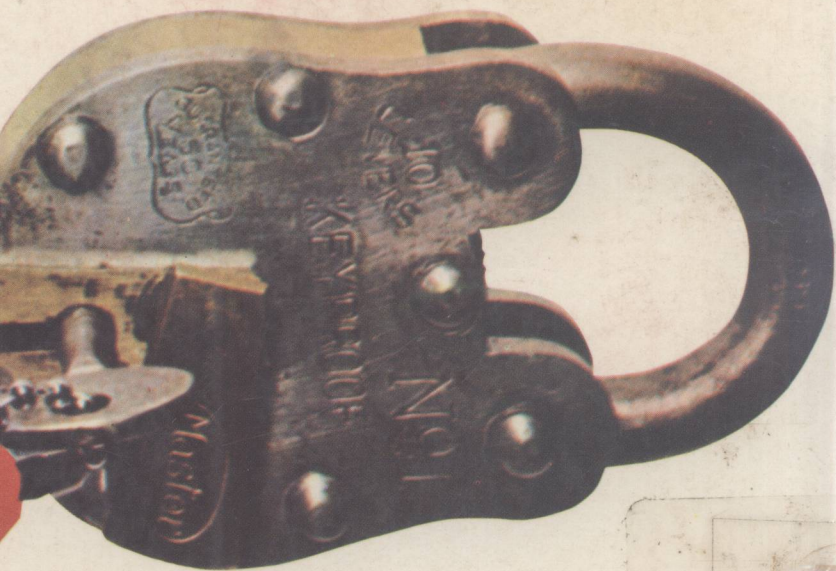


推銷實務叢書 4

銷售力

植田弘

推銷員 + 營業課長 + 經營者 + 信用 + 商品



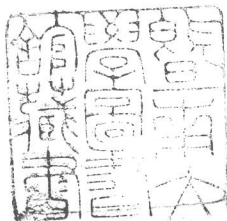
713.3
832

S 003134

銷 售 力

推銷員＋營業課長＋經營者＋商品＋信用

植 田 弘 著



S9001423

石 景 宜 先 生
惠 贈

原 序

銷售力的本質是什麼？這是本書所要討論的要旨。

先前我所寫的一本「運用腦力的銷售」強調發展銷售額的決定因素，而此書專討論銷售活動的原動力——銷售力。在本書中，把銷售力分析爲五種原動力，試從其個別的力量與綜合的力量，探討其長處與短處。又爲了把抽象的事物表達得更具體，整理出評價要素，加以評價運用。

「銷售」在今日的經營當中，佔着極其重大的份量，而以技術力、生產力爲中心，來發展營業的時代早已過去了。

老是沉緬在昔日的情景而忽略了銷售研究與努力，遇到市況不景，就慌亂不知所措。

許多企業在憂心如焚地大聲呼籲：「非設法改進銷售不可。」但苦於想不出一點辦法來。爲什麼會這樣？主要原因在於未能摸清銷售力的本質。

再說，有很多經營者口口聲聲責怪站在第一線的推銷員，不能遵照他的意思活動而感到懊惱，其實，這是關係着整個公司的問題，怎能光怪推銷員不好？在這樣的經營者下工作的推銷員却說，都是因為領導者的領導無方，用人不得要領，所以不能賣力工作，這是嚴重的代溝問題，是經營者與推銷員之間，所存着的隔膜。

經營者根本沒有研究過領導、指揮、統御等所謂人事管理驅策羣體的基本原理，難怪提不起工作慾望，上下互相攻訐，以致不能發揮全力。

更進一步言，從商品、信用方面來研究銷售力的話，不難發現，相互之間有着密切的關連，同時，還可以瞭解集結團體戰力是多麼重要的一件事，把這些問題整理成一張評價表，加以推敲研究，銷售的本質自然一覽無遺了。

原著者謹識

目錄

銷售力之分析

銷售力的本質·····	十五
銷售力的五大原動力·····	十七
評價的四要素·····	十九
有關評價表·····	二〇

錄

1 推銷員的銷售力

1 自我管理——心理準備·····	二三
銷售人士的條件·····	二三

工作熱忱測定表.....二五

做好份內的工作.....二八

經常懷着問題意識.....三二

擴大視界.....三四

2 技能開發——實力.....三六

如何培養基本能力.....三六

有關銷售週期.....三九

行動計劃表加上體力.....四一

精通商品知識.....四五

扣人心弦的技巧.....四七

3 發揮能力——活動力.....五一

配合韻律的推銷術.....五一

調整身心狀況.....五二

打開僵局 mannerism.....五五

判斷、耐心、刺激.....五七

利用名單抓牢顧客.....六一

4 目標達成——成果.....六三

完成應負的責任.....六三

銷售力評價表(1).....六六

2 營業課長的銷售力

1 自我形成——心理準備.....六九

扇形的放射性軸心立場.....六九

面子的價值.....七一

追求合理化.....七三

情報收集中心.....七五

成為代溝的緩衝者.....七七

2 人事管理——實力.....七九

激發工作潛力的人事管理.....七九

製造工作情緒的七原則.....八二

骰型的六面意見.....八五

指示目標集中的重點.....八七

指揮要領.....八九

3 企劃——活動力.....九三

確實的銷售預測.....九四

將擴銷方策列入計劃.....九七

簡易損益平衡點方式.....一〇一

實績的反省與分析.....一〇三

為什麼不能創造利潤.....一〇七

4 完全計劃——成果

達到預期的數字

銷售力評價表(2)

3 經營者的銷售力

1 管 理——心理準備

做一個好導演

向部屬打招呼

實施實力主義

你的部屬患了肥胖症嗎?

信賞必罰

2 結合戰力——實力

發揮綜合戰力

一一一
一一二
一一四
一一五
一一五
一一九
一二二
一二三
一二六
一二九
一三〇

繼在命令的獨裁經營者。.....一三二

環境佈置完成否.....一三五

擔任瓶頸突破班長.....一三七

銷售促進與廣告之功能.....一三九

3 必勝之戰略——活動力.....一四一

三項必勝法.....一四一

把握時機.....一四三

遭遇難題的時候.....一四五

為將來佈局.....一四八

如果要多角經營.....一四九

4 短績發展——成果.....一五二

結算利益與都屬的活動.....一五二

銷售力評價表(3).....一五五

4 商品的銷售力

1 有魅力的商品——心理準備……………一五七

特色在那裏……………一五七

灌輸商品印象……………一五九

領先的好處……………一六一

永遠暢銷的K公司……………一六三

如何獲得大勝利……………一六五

2 品質與價格——實力……………一六八

廉價出售優良商品……………一六八

技術可以革新……………一七一

紅花也要綠葉襯……………一七四

考慮運輸問題……………一七六

免除中間剝削……………一七九

3 容易銷售——活動力

方便購買也容易銷售·····

配合廣告宣傳潮流·····

高效率·····

商品準備與市場調查·····

如果有了存貨·····

····· 一八二

····· 一八二

····· 一八四

····· 一八六

····· 一八八

····· 一九〇

4 靠信心銷售——成果

對賣有利的商品·····

銷售力評價表(4)·····

····· 一九三

····· 一九三

····· 一九四

5 信用的銷售力

1 心的交流——心理準備

信用的條件·····

····· 一九七

····· 一九七

舉足輕重的企業印象……………一〇〇

顧客的眼睛是雪亮的……………一〇二

個人信用也有影響力……………一〇四

最後關鍵在經營者……………一〇六

2 資金的安定力——實力……………一〇七

現款最有力……………一〇八

銀行爲靠山……………一一〇

有效運用營業資金……………一二四

不要被新產品吞滅……………一二七

清除呆賬……………一二〇

3 相互利益——活動力……………一二三

以利益相結交……………一二三

銷售網就是財產……………一二四

銷售對象選擇基準線……………一二六

動盪不已的信用關係.....一二七

連鎖店 Voluntary chain 的影響.....一三〇

4 同存同榮——成果.....一三二

同存同榮永垂不朽.....一三二

銷售力評價表(5).....一三五

■銷售力的評分法.....一三七

評定的方法.....一四〇

實例1：人各有異要發揮他的長處（推銷員推銷力評價）

實例2：運輸機、噴射機，轟炸機型（營業課長銷售力評價）

實例3：實行派、知能派、統制流的經營者（經營者銷售力評價）

實例4：經營者孤行的危機（生產商品製造商銷售力評價）

實例5：人才與信用是前任經理的遺產（消費批發商銷售力評價）

實例6：多角經營連鎖店的內容（消費商品零售店銷售力評價）

實例7：失敗前，失敗復興重建後（消費商品訪問推銷商銷售力評價）

銷售力之分析

將銷售力分析爲五種原動力，再用四要素來評價，如此就不難瞭解銷售力的本質。下面我就要說明基本的思考方法……



銷售力的本質

有人說「經營就是力量」。如果不能具備這種力量，儘管再優秀的理論家，也不能成爲傑出的經營者，其道理就像精於情勢判斷的經濟評論家，不一定會在股票投機上成功，是同一道理。

把「經營」當做「經營力」看的時候，可看做是銷售力、資金力、生產力、人的活動力等四要素的綜合體，同時還可以下定結論說：「如今，經營力的中心在於銷售力。」「銷售力薄弱就是經營不振的原因。」「營業部的組織軟弱，在銷售競爭上就趕不上別人。」

大量生產必須靠大量銷售去連結大量消費；儘管再優良的商品，仍須在銷售之後，才可獲得利益，同時還可以降低成本，因此，銷售競爭愈演愈烈，經營的焦點就集中在如何加強銷售力這一點上。

但是，光鞭策推銷員，督促推銷員，絕對無法提高銷售實績，要知道若非動用企業的一切力量來推展，就不能促進銷售，易言之，銷售力就是綜合企業整體的力量。

某公司的甲經理爲了加強銷售力，特地招募大學畢業的五名優秀推銷員，但是指揮這五名幹才的營業課長却是平庸無能的人，因而，不能運用這五名幹才發揮力量，於是乎將公司內最優秀的張推銷員調來當營業課長；看來應該沒有問題了，可是經理所得到的反映却是：「由於經營者的方針不夠明確，無法採取統一行動。」這位經理竟忽略了經營者就是銷售部門的中心人物，而站在銷售圈外，難怪受人物議。

再說，光注意人事方面的問題還不够，商品本身的優劣也是銷售成敗的重要因素之一；商品的品質、價格、商品準備等都應留意，否則就無法在同業間相行競爭。

另一方面，甲經理又發現了本公司的信用方面也不無問題，將過去到現在的交易關係檢討起來，真正能够與本公司共患難的，即使本公司陷於不景氣，減少訂貨量以渡困