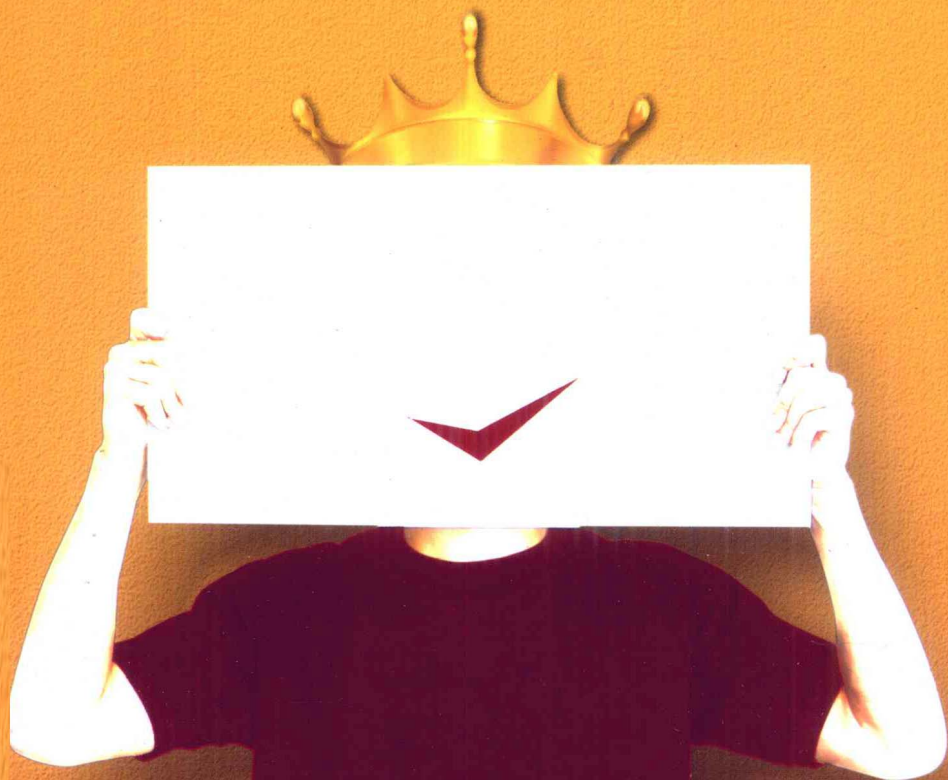


培养和打造最优秀推销员的**金科玉律**  
指引推销员快速走向成功的**黄金法则**

崔希希◎编著

# 我是**推销王**

世界上最神奇的**60**个**推销定律**



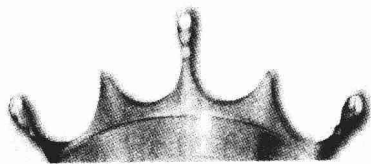
华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

崔希希◎编著

# 我是推销王

世界上最神奇的60个推销定律



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

## 图书在版编目(CIP)数据

我是推销王——世界上最神奇的 60 个推销定律 / 崔希希 编著. —武汉: 华中科技大学出版社, 2012.3

ISBN 978-7-5609-7435-4

I. 我… II. 崔… III. 推销-通俗读物 IV. F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 214299 号

---

## 我是推销王——世界上最神奇的 60 个推销定律 崔希希 编著

责任编辑: 闫丽娜

封面设计: 北京汇智泉文化

责任校对: 孙倩

责任监印: 熊庆玉

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编: 430074 电话: (027)87556096 (010)84533149

印刷: 北京中印联印务有限公司

开本: 710mm×1000mm 1/16

印张: 19.5

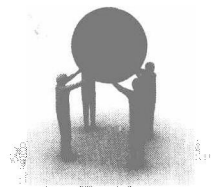
字数: 247 千字

版次: 2012 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

定价: 35.00 元



本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换  
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务  
版权所有 侵权必究



# 前 言

有这么一个事实：世界上80%的富翁曾经是推销员。推销作为一种职业，既能充分发挥个人能力，又能充分实现个人价值。推销员可以从工作中不断获取能量，以促进个人发展速度；也可以不断经受理练，以获得更多的个人发展机遇。

然而，如何在推销工作中掌握真正的技巧，成为真正优秀的推销员，却是长久困惑广大推销员的问题。有很多推销员在其整个职业生涯中，只是担任一名普普通通的业务员，拿着微薄的薪水，整日奔波在大街小巷，行走于高楼大厦之间，就是不能跻身于那些身价百万、轻松开展各种各样业务的优秀推销员之列。究竟是什么原因造成了两者之间的巨大差异呢？显然不仅是天资，更关键的在于技巧！

对推销员来说，这份工作是企业的特殊岗位，是企业竞争的最前线。你要和成千上万的、形形色色的客户打交道，还要应对瞬息万变的市场变化。如果没有扎实的基本功，没有娴熟的推销技巧和高明的推销手腕，就很难在复杂的市场上取得成功。哪怕是成交环节中出现一点点失误，也很可能会功亏一篑。就推销来说，如果你不是100%的胜利者，就可能是100%的失败者。

本书正是为那些准备从事推销工作或已经从事推销工作的人们量身打造的推销宝典，书中收集了在推销领域中广泛应用的60条定律，涵盖了个人成功与推销过程的各个方面。这些定律是人类千年智慧的结晶，为千万从事推销工作的人士所推崇，被公认为是培养和打造最优秀推销员的金科玉律，是指引推销员快速走向成功的黄金法则。借助这些定律，你可以了解纷繁复杂的商业行为背后的真相，可以了解推销工作的种种技巧，并不断修正自己的行为，少走弯路，从而使你成为所在行业的推销高手。





本书的宗旨就是为那些想在推销行业中有所作为的推销员寻找一条通向成功和卓越的大道。在这条大道上，为你标明了必要的“交通规则”。遵循这些铁一般的定律，就能找到“金钥匙”，成为真正优秀的推销员。

当然，每一位卓越人士都有这样的习惯：在接触到任何知识后，结合自己实际的生活、工作情况，通过仔细思考和实践，迅速转化为自己的能力。同样，本书最大的特点是实用性，阅读后思考并结合实际情况运用，你会得到最大的收益。

每一位推销员朋友都需要随身携带这本书，它会在你需要的时候给予你鼓励和帮助，在你迷途的时候给予你正确的指引，帮助你征服一个个客户，签下一张张订单，使你成为出类拔萃的金牌推销员，在推销事业上大显神通，开拓辉煌的职业生涯！



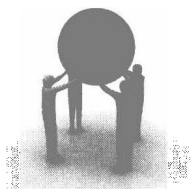
兴盛乐

国兴文盛 乐在阅读

# 目 录

## CONTENTS

---



### 第 1 章 热忱法则

- 热爱自己推动自己成功 ..... 1
- 内心热烈，成功就不会太远 ..... 1
- 充满热情，永不懈怠 ..... 4

### 第 2 章 小铁锤法则

- 不积跬步，无以至千里 ..... 6
- 千锤凿开大顽石 ..... 6
- 每天进步 1%，有一天你会丰收 ..... 8

### 第 3 章 微笑法则

- 面带三分笑，生意跑不了 ..... 11
- 微笑在推销中的神奇作用 ..... 11
- 微笑，让客户无法抗拒 ..... 13

### 第 4 章 询问法则

- 投石问路，反客为主 ..... 15
- 推销中询问好处多 ..... 15
- 在正确的时间提出正确的问题 ..... 18
- 向客户提问的技巧 ..... 21





## 第 5 章 倾听法则

——上帝为何给我们一张嘴两只耳朵 .....	22
推销中倾听有时比说话更重要 .....	22
雄辩是银，倾听是金 .....	25
用倾听赢得客户 .....	26

## 第 6 章 幽默法则

——幽默是最好的促销方式 .....	29
幽默的好处 .....	29
幽默是最好的促销方式 .....	30
幽默要幽得恰到好处 .....	31

## 第 7 章 人脉法则

——人脉决定你的钱脉 .....	33
人脉是销售的无形资产 .....	33
搭建成功的人际关系网 .....	35

## 第 8 章 知己知彼法则

——知己知彼，百战不殆 .....	37
推销不能打没有准备的仗 .....	37
尽可能多地了解客户 .....	39

## 第 9 章 中心开花法则

——寻找关键人物推销事半功倍 .....	41
寻找中心人物 .....	41
注重成交的决策者 .....	43

## 第 10 章 不完美法则

——自曝缺点，不能尽挑好的说 .....	45
把产品说得天花乱坠是推销大忌 .....	45
只提供部分消息，甚至是坏消息 .....	46
巧妙将商品弱点化为有益的卖点 .....	47





## 第 11 章 避免拒绝法则

- 让客户无法说 NO 的秘诀 ..... 48
- 客户为什么拒绝成交 ..... 48
- 将客户的拒绝变为接受 ..... 49

## 第 12 章 应对借口法则

- 堵住顾客的嘴巴，打开顾客的钱袋 ..... 52
- 价钱太贵 ..... 52
- 冷静应对客户的借口 ..... 53

## 第 13 章 6+1 缔结法则

- 牵着客户的鼻子走 ..... 57
- 给顾客“火上浇油” ..... 57
- 让客户点头说“是” ..... 60

## 第 14 章 选一法则

- 除了选择成交，没有别的选择 ..... 63
- 推销从提问开始 ..... 63
- 让客户从选择产品到选择成交 ..... 65

## 第 15 章 激将法则

- 客户不买账就刺激他一下 ..... 68
- 讨好客户不如刺激客户 ..... 68
- 激发客户的好奇心 ..... 69
- 刺激客户购买的心理战术 ..... 71

## 第 16 章 和谐法则

- 商业气息太浓生意会越来越淡 ..... 74
- 淡化商业色彩 ..... 74
- 用拉家常的方式进行推销预热 ..... 76



# 我是推销王——世界上最神奇的 60 个推销定律

## 第 17 章 首因效应

——好形象是推销的通行证 .....	79
第一印象决定推销成败 .....	79
塑造得体的仪表 .....	82
整理外表的 9 个原则 .....	83

## 第 18 章 皮革马利翁效应

——让顾客自我感觉良好 .....	84
与顾客共舞 .....	84
时时刻刻让客户感觉自己很重要 .....	86
利用顾客的虚荣心理 .....	86

## 第 19 章 高帽效应

——这样说话最讨客户喜欢 .....	89
人人渴望赞美 .....	89
赞美客户要讲究点技巧 .....	90
推销中一些常用的赞美语言 .....	92

## 第 20 章 羊群效应

——主动出击，四处搜索潜在客户 .....	94
搜寻潜在客户 .....	94
认清准客户的特征 .....	97
寻找准客户的 5 个方法 .....	98

## 第 21 章 自夸效应

——卖商品不如卖效果 .....	102
卖商品不如卖效果 .....	102
介绍商品时突出卖点 .....	103
充分调动客户的想象力 .....	104
展示商品别犯低级错误 .....	105

**第 22 章 过度理由效应**

- 准确按动客户心中的热键 ..... 108
- 让顾客在心底接受产品 ..... 108
- 如何发现客户的心动钮 ..... 109
- 要让客户动心，就要向客户提供好消息 ..... 110

**第 23 章 投射效应**

- 多多体谅你的客户 ..... 114
- 与顾客同步 ..... 114
- 换位思考，为客户着想 ..... 116
- 为客户寻找理由和借口 ..... 118

**第 24 章 心理暗示效应**

- 无声的举止产生神奇的效果 ..... 120
- 心理暗示的力量 ..... 120
- 推销中肢体语言的悄悄运用 ..... 121

**第 25 章 登门槛效应**

- 先得寸再进尺 ..... 123
- 推销要循序渐进 ..... 123
- 成交要中迈过顾客的 7 道门槛 ..... 124
- 迅猛攻势只会适得其反 ..... 125
- 先得寸再进尺，往往能实现目标 ..... 126

**第 26 章 刺猬效应**

- 给顾客留点余地，给自己留点退路 ..... 128
- 与顾客“亲密有间” ..... 128
- 留有余地容易诱导顾客主动成交 ..... 129

**第 27 章 蝴蝶效应**

- 一点疏忽让所有努力归于零 ..... 131
- 推销不能有疏忽 ..... 131
- 推销于细节中见成败 ..... 133



细节成就伟大的推销员 .....	134
<b>第 28 章 印刻效应</b>	
——培育顾客忠诚度，留住顾客的心 .....	136
留住回头客 .....	136
运用各种方法维系老客户 .....	138
创造永远的客户 .....	139
<b>第 29 章 不值得定律</b>	
——推销是份美好的职业 .....	141
选择你终身喜爱的职业 .....	141
以阳光心态面对销售工作 .....	143
对销售这份职业充满荣誉感 .....	145
<b>第 30 章 金斧头定律</b>	
——具备良好的职业道德意识 .....	147
神奇的金斧头 .....	147
正直自律，远离诱惑 .....	149
<b>第 31 章 墨菲定律</b>	
——有好的开始，更要有好的结果 .....	151
空军上尉墨菲的玩笑 .....	151
勤奋，惟有勤奋 .....	152
<b>第 32 章 帕金森定律</b>	
——推销中的每一分钟都无比珍贵 .....	154
时不我待 .....	154
合理高效地管理时间 .....	155
学习乔·吉拉德利用时间的方法 .....	158
<b>第 33 章 哈默定律</b>	
——没有蹩脚的买卖，只有蹩脚的买卖人 .....	160
抓住商机 .....	160





将毫不起眼的石子变成金子 .....	161
销售没有惟一的圣经 .....	163
<b>第 34 章 口才定律</b>	
——如何说客户才会听 .....	165
推销全凭一张嘴 .....	165
让顾客产生反感的 9 种推销话 .....	166
说话不要伤害客户的自尊心 .....	167
说话要时刻注意顾客的表情 .....	169
<b>第 35 章 250 定律</b>	
——每一位客户身后都站着 250 位新客户 .....	170
顾客得罪不得 .....	170
和客户建立友谊 .....	172
<b>第 36 章 梅菲定律</b>	
——没有不重要的客户，只有不重要的想法 .....	175
无心插柳柳成荫 .....	175
重视销售中遇见的每个人 .....	177
不能以貌取人 .....	178
<b>第 37 章 自我选择定律</b>	
——引导客户自己作出购买决定 .....	181
让客户自己说服自己购买 .....	181
掌握说服客户的技巧 .....	182
<b>第 38 章 诱饵定律</b>	
——放下饵子让鱼儿上钩 .....	184
巧妙地设置购买诱饵 .....	184
语言诱饵与视觉诱饵 .....	185
<b>第 39 章 二八定律</b>	
——推销要懂得适时选择及时放弃 .....	186





# 我是推销王——世界上最神奇的60个推销定律

推销中的“二八”现象 .....	186
每天拜访10个客户 .....	187

## 第40章 关怀原则

——用你的真情打动客户的心 .....	190
关心每一个客户 .....	190
用关怀的观念引导客户 .....	192
关心赢得终身的客户 .....	195

## 第41章 精通产品原则

——给客户一个购买的理由 .....	197
精通产品是做好销售的保证 .....	197

## 第42章 产品至上原则

——有过硬的产品才有过硬的业务 .....	201
销售要拿产品说话，靠质量取胜 .....	201
宣传产品的品牌影响力 .....	202

## 第43章 好处原则

——让客户感到有好处可得 .....	204
顾客最关心的是产品的好处 .....	204
利益接近法：给客户一点实惠 .....	206

## 第44章 双赢原则

——蛋糕在分享中越做越大 .....	208
利益双赢 .....	208
销售不是一锤子买卖 .....	209
从长远利益做推销 .....	210

## 第45章 反馈原则

——真正的销售从售后开始 .....	212
成交不是结束 .....	212
成交之后才是销售的开始 .....	213

最好的销售就是服务 .....	215
加强你的售后服务 .....	216
<b>第 46 章 接近圈理论</b>	
——拓展人脉圈，拓展生意圈 .....	220
第三者接的法 .....	220
做好熟人间的生意 .....	221
<b>第 47 章 马斯洛需求理论</b>	
——对症下药，药到病除 .....	224
了解顾客需求 .....	224
逐步提升重点发掘客户的需求 .....	225
<b>第 48 章 欲擒故纵策略</b>	
——吊足顾客的胃口 .....	227
吊足顾客的胃口 .....	227
以静制动，变被动为主动 .....	228
<b>第 49 章 第三者策略</b>	
——找个第三者为你说话 .....	231
通过第三者介绍加强与客户的亲密度 .....	231
借助第三者影响力的方法 .....	232
<b>第 50 章 失败与成功悖论</b>	
——推销是从拒绝开始的 .....	234
失败的下一站是成功 .....	234
坦然面对客户的拒绝 .....	236
只有机会，没有放弃 .....	237
<b>第 51 章 等待与创造悖论</b>	
——解决矛盾更要制造矛盾 .....	239
引导顾客的思路 .....	239
让客户在自相矛盾中无话可说 .....	240



## 第 52 章 钟表启示

- 凡事预则立，不预则废 ..... 243
- 将规划放在心里 ..... 243
- 目标是成功的导航仪 ..... 245
- 制定销售目标 ..... 248

## 第 53 章 过桥启示

- 每天自省 5 分钟 ..... 252
- 推销员要经常加强心理修养 ..... 252
- 剖析自己的优缺点 ..... 255

## 第 54 章 自信与他信逻辑

- 信心是推销员的胜利法宝 ..... 258
- 没有自信，何来“他信” ..... 258
- 只有自信才能完成销售 ..... 260
- 建立自信心的方法 ..... 262

## 第 55 章 老农的烦恼

- 只有行动才有机会 ..... 264
- 今日事今日毕 ..... 264
- 想成功就要行动 ..... 265

## 第 56 章 礼仪准则

- 礼待天下客，礼招天下财 ..... 267
- 礼仪是推销员的推荐信 ..... 267
- 销售员应注意的基本礼仪 ..... 269
- 学会客户拜访 ..... 270

## 第 57 章 IRA 原理

- 记住每一位客户的姓名和相貌 ..... 274
- 训练好记性 ..... 274
- 把眼光放在哪儿 ..... 276



## 第 58 章 猎犬计划

- 让客户帮你找客户 ..... 279
- 寻求顾客的帮助 ..... 279
- 如何让客户介绍更多的客户给你 ..... 281

## 第 59 章 麦穗哲理

- 察言观色捕捉客户的成交信号 ..... 283
- 果断成交 ..... 283
- 捕捉客户的成交信号 ..... 285

## 第 60 章 麦吉尔定理

- 到什么山砍什么柴 ..... 288
- 判定顾客类型 ..... 288
- 抓住性格就能抓住订单 ..... 290