

BUSINESS
WEEKLY
商業周刊



銷售8法

實戰銷售寶典

劉樹崇 著

F7
L73

商周叢書 51

銷售八法

劉樹崇／著

國立中央圖書館出版品預行編目資料

銷售八法—實戰銷售寶典／劉樹崇著，——初版，

——臺北市

：商周文化發行；〔臺北縣新店市〕：農學社

總經銷，民85

面： 公分，——（商業周刊叢書：51）

ISBN 957-9293-55-4（平裝）

1.銷售

496.5

85001801

商業周刊叢書51

銷售八法——實戰銷售寶典

作 者／劉樹崇

責任編輯／孫碧卿

文 編／黃文雅

發行人／金惟純

社 長／何飛鵬

主 編／徐以瑾

發行所／商周文化事業股份有限公司

社 址／台北市敦化北路62號5樓

郵 撥／1173141-9商周文化事業股份有限公司

電 話／(02)773-6611

封面設計／連健夫—雅連設計公司

打字排版／上統電腦排版事業有限公司

印 刷／鴻柏印刷事業股份有限公司

總 經 銷／農學社

電 話／(02) 917-8022

讀者服務專線／711-0577

1996年（民85）3月10日初版

1996年（民85）8月25日初版4刷

行政院新聞局局版臺業字第4081號

售價／250 元

版權所有 ● 翻印必究

ISBN 957-9293-55-4

作者簡介



劉樹崇，一九五二年生於台南市，台南一中、中國文化學院印刷系畢業後，迷信廿一世紀的企業領導人皆由行銷人員出身，預官退伍後，考入全錄（Xerox）公司擔任業務代表，從最基層幹起，八個月升任營業所主任，三年升任分公司經理，是當時公司內最年輕的經理，曾經獲頒TOP SALES獎，並勇奪「銷售最傑出」分公司獎。

一九八二年，世界最大的直銷化粧品公司雅芳（Avon）到台開張，擔任第一位業務經理，五年後升任業務處長，公司轉虧為盈，在雅芳公司十一年之中，締造十多億元之佳績，旗下直銷人員達五萬人之多，曾獲頒「領先世界成就獎」與「總裁獎」，並在一九八九年榮獲中華民國企業經理協進會選拔為第七屆「傑出行銷經理」。

離開雅芳後，自行創業，擔任崇本國際公司總經理隨後並為黛安芬（Triumph）開創中國大陸市場，為第一家最成功的大陸直銷內衣公司。平時並為國內各大企管公司，如元大、財鑫、懷邦、建元、新生等與各大公司如 I C I、聲寶、山葉、南陽汽車、中小企業協會的講師。並擔任中華民國企業經理協進會行銷委員會副主委及台北市企業經理協進會理事兼台商張老師。

綜觀作者的工作經驗與銷售成果，實不愧為一員戰將，可以說作者是由基層業務人員出身，深諳推銷之甘苦，並且能把平常各大企管公司教授之心得彙集成冊，實在難能可貴，更表現出作者的用心與期望。

商周叢書 51

銷售八法

劉樹崇／著

F713.3
L 734

《商業周刊叢書》出版的話

變局·解釋·挑戰

詹宏志
《商業周刊》顧問

●變局●

「台灣真的變了。」一位去國多年的歸鄉遊子喟然而嘆。

我們坐在午後的咖啡座裡，咖啡店是集前衛與庸俗於一身的雅痞式裝潢。落地窗望出去，車如流水，店招耀眼，路人行色匆匆，金屬光澤的商業大樓巍然矗立。桌面上，一份報紙的標題寫著：立法院又現風暴、股市再開紅盤、美商即將來台投資大型商場、農民包圍工廠抗議污染……。 「台灣真的變了。」這位曾經年輕、熱情、叛逆、如今落籍異邦的中年人聲音有點啞啞，冰水杯上一滴滴淚水彷彿是他落寞的心情。

台灣變了，不只是他感覺到了，我們身居台灣的人更覺得台灣的變像是錄影畫

面快速前進，無從捉摸，無法看清。變，它變得更好，也變得更壞；變得更擁擠，也變得更疏遠；變得更民主，也變得更衝突；變得更富饒，也變得更貧乏；變得更有希望，也變得令人不安，……到處有新事物，到處有怪現象。這就是那位歸鄉遊子以及我們眼中所見的台灣。

● 解釋 ●

在變局裡，「解釋」成爲最大的飢渴。台灣會怎麼樣？經濟會怎麼樣？國環境意識會怎麼樣？資本市場會怎麼樣？房地產會怎麼樣？我會怎麼樣？我的子女會怎麼樣？

人人忙著問，媒體（以及媒體舞台上的學者專家）則忙著回答。每個人並不一個答案爲己足，每個人都想多搜集幾個答案來安枕；甚至同時問很多神明，確保有一家天堂可去。

在資訊之海的迷航中，我和其他幾十位朋友共同創辦了《商業周刊》，我們也開始提出對社會變局的解釋，也曾加了更多的噪音。

這些朋友和我，大都是在專業新聞工作上歷練了多年；我們大概算是嫻熟的職業資訊人員，但都有著一些不滿意（對台灣原有媒介工作方式、態度、成績的不滿

意)。——我們得知雜誌是難為的，專業性的商業資訊周刊更是高難度的工作，但我們仍然組織起來，以有點驚人的熱情和自信把自己「上了市」。

你問我爲什麼？

●挑戰●

因爲我們想試探一些可能（台灣的雜誌、報紙只能是聳動的作業方式？），我們想通過一些挑戰（嚴謹的、內斂的商業新聞能立足嗎？），我們想追求一些結果（媒介與讀者的互信互賴可以改造社會嗎？）。

你所看到的《商業周刊》就是這樣的來歷，你所拿到的叢書也是同樣的背景。我們不知道自己是否可以成爲最被信賴的媒體工作者，我們只希望夠誠懇，二十年後面對自己的作品仍可以不感覺太慚愧。

《推薦序》

「熊熊」三不怕的銷售人生

陳明璋

這

是一本暢論如何克服橫逆、力爭上游，以攀登銷售巔峯的好書。

表面看來，銷售就是推銷，即傾己之力發動各種攻勢，搏取佳績；實則先克己勝己，以「熊熊」三不怕（不怕苦、不怕敗、不怕死）的精神，再接再厲，創造美妙人生。因此，先贏自己再勝別人是銷售的精義，只有鬥志旺盛，敢用心築夢，使美夢成真的人才是最好的推銷員，試問：誰不曾挫敗？那個人不會被人拒絕？但成功的人如何創造美妙的人生？其突破奮進的過程只有一句話：跌倒爬起，前仆後繼而已。

但是，從事銷售的人光有超人的苦行僧精神，也經得起沿門托鉢受苦辛的折磨，就可敲開銷售的窄門嗎？殊不知，人是肉體之軀，總有軟弱的一面，不可能一再受失敗的無情摧殘，因此，如何掌握銷售的訣竅就成爲推銷者必修的第一門課。

喜愛看武俠小說的人都知道天龍八部是武學大師金庸膾炙人口的名著，而今吾友樹崇兄也與金庸一樣的情懷，將其多年嘔心瀝血的不傳之秘有系統加以整理成書，取名「銷售八法」，以此譜成他人生另一個絢燦的光輝，同時也讓海內外銷售同好分享他創造美好銷售人生的奧妙。

認識樹崇兄已多年，當年就因他優異的表現得以選上傑出行銷經理，後來他不但獨善其身，更要兼善衆人，因此他將餘暇奉獻給社團，並企畫參與各種有關行銷的講座，從與他多年的交往中，本人深感他那一股「取之於社會，用之於社會」的熱忱，他總是熱心地將其寶貴的經驗與人分享。近幾年，他到彼岸的大陸創造事業的第二春，近日又得悉他已利用餘暇將往日心得結晶，彙集成書，並囑託本人爲序，本人有幸先睹爲快，深覺本書文筆流暢，舉例尤其精要傳神，文中更處處流露出他成長的心路歷程，可惜近年來他在大陸這一段的銷售生涯似乎著墨不多，但願本書只是他銷售八法的第一部，祈在不久之後，我們有福再見到他的第二部大陸續集，在此謹獻上衷心的祝福與盼望。

（本文作者為台北市企業經理協進會理事長）

《推薦序》

解惑之道

李元

我

與作者相識已有二十五年之久了，雖然我倆所學不同，但所從事的領域卻有相同之處，都是獻身行銷業務之工作，以前我也曾擔任過國內某大化粧品公司之企畫處長，後來專研企管顧問之行業，舉辦過無數場的企業講座與輔導，而作者也是累積了相當豐富的行銷經驗，再投入企管顧問公司擔任講師。作者授課最主要的目的在於他想把所學所聞所創見傳受給後輩，期使國內的行銷人員的水準有所提高，避免許多無謂的浪費與曲折。

尤其令我敬佩的是，作者在擔任我公司講師授課時，是少數幾個優秀講師中同時具有理論基礎，又有實務經驗者，所開的課程均受到學生與企業界的好評。令我印象最深刻的是，他能將本土化的實務經驗以及行銷人員經常碰到的拒絕與困難，以幽默的例子配合輕鬆的遊戲而帶出解決之道。也因此許多上過他的課的學生在上

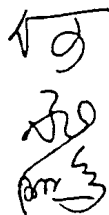
完課後仍能求教於他，這證明作者影響力與熱誠的一面。

作者在授課之餘能於百忙之中把講義集合成一本書，書的內容活生生剖析業務人員的習性，介紹推銷工作的辛酸，這是非常有意思的做法，所謂「師者，傳道、授業、解惑也」，若各位讀者能從這本書中得到一些解惑之處，不也上了一堂人生的課嗎？

（本文作者為元大企管首席顧問）

《推薦序》

行銷書籍永遠少一本！



銷

售是一門大學問，已經有無數的先進出版過無數的銷售書籍；但對每一個從事行銷的人員而言，通常會覺得「行銷的書永遠少一本」，因為任何一項體會或提示，都可以讓行銷人員物超所值，受惠無窮！

「銷售八法——實戰銷售寶典」就是行銷人員永遠少的那一本書，這本書集合了許多外商的行銷理念、制度，以及各種不同行業的經驗，再加上作者長期的個人體會而成，是一本從理論到實務，從外商經驗到中國本土實戰兼具的行銷書籍。

如果從銷售人員的生涯成長來看，在入門時期：健全理念、增進銷售實戰技巧、累積實戰應變能力，恐怕是最重要的事。而一旦個人銷售成績有成，進一步如何經營組織、控管業務、帶領新手，這又是行銷人員的第二階段；至於再有大成，將是擔任高階行銷幹部，遂行大規模的行銷任務，如何擬定策略、領軍作戰，創造傲人

的成績，邁向行銷巔峯，這樣的行銷人三階段，應是大多數行銷人共同的生涯過程。如果行銷人員從入門階段，對未來的生涯成長就能有良好的規劃，相信銷售之旅，將會暢行無阻。

這本「銷售八法」在這一方面也有具體的功能，作者劉樹崇無疑是以個人銷售生涯為主軸，按部就班的寫出各種階段的奧妙。因此，內容不只充斥著銷售理念、技巧、實務、實例，同時也兼具了部份銷售管理的內涵，並且提供了許多立即可用的報表藍本，讓讀者可以隨著個人的生涯成長，逐步探索銷售巔峯的奧秘！

本書作者劉樹崇，是在台灣本土成長的專業經理人，從最基層的銷售工作做起；曾經是最年輕的經理；其後擔任雅芳 (AVON) 進入台灣的第一任業務經理，成功地在台灣創造了直銷的奇蹟；這幾年自行創業，並率先進軍大陸，以直銷方式推廣女性內衣市場。

每一個階段，劉樹崇都有令人刮目相看的代表作，這一本書相信也能成為銷售人員最有用的參考書籍！

(本文作者為商業周刊社長)

《作者序》

爲銷售生涯留下註腳！

劉樹亭

自

從一九七七年踏入行銷這個領域後，迄今已近二十個年頭，從一開始擔任業務銷售員，到現在成爲企業負責人，天天惦念的無非是業績的多寡，就像蜜蜂永遠追逐著花蜜一般。

當然，每位受過科學教育洗禮者，都會習慣性地找尋突破業績的方法與問題點所在，嘗試並修正，進而形成習慣與經驗，也就是所謂的智慧結晶，這些年來，我將之歸納與整理，成爲應邀巡迴各地講演的重要資料。

然而，每每看到台下的芸芸學子老問著同樣的問題，老是有打不開的結，就像十八年前還是第一線營業尖兵的我所犯的毛病一模一樣；雖然科技與生活進步了，但是老問題依然存在。也因此，我興起將歷年來在工作與生活上的一些體驗與實例記錄下來的強烈念頭。將平時的口語表達轉述爲文字，一則作爲個人記實，二則方

便讀者，尤其是肩負重任的銷售工作者，時時耳提面命，若能從中有所頓悟或啓發，避免重蹈覆轍，增加銷售功力，信心十足的工作，實乃作者最大的願望！

在此，我要衷心感謝內人郭月春女士，若非她在我從事銷售工作初期，爲我打氣，幫我寄D.M.；在我事業繁忙以及轉往大陸工作時，無怨無悔地幫我照顧這個家，否則我無法全力地在事業上衝刺；尤其在我出書之前幫我校稿；幫我……太多太多。更要謝謝在我人生道路上給我指導鞭策、提拔照顧我的親朋好友。願你們福德無邊！