

成功人生
必读丛书

CHENGGONGRENSHENG
BIDUCONGSHU

推销之神全集

帮助推销员赢得客户的制胜法宝

成就金牌推销员的全方位业务指南



青影◇主编

全世界推销天才的无敌推销技巧

造就世界顶尖推销员的经典教程

千万人实现财富梦想的伟大圣经

内蒙古出版集团
远方出版社



CHENGGONGRENSHENG
BIDUCONGSHU

推销之神全集



青影◇主编



常州大学图书馆
藏书章

内蒙古出版集团
远方出版社

成功人生必读丛书

主 编 青 影
责任编辑 王 福
出版发行 内蒙古出版集团 远方出版社
社 址 呼和浩特市乌兰察布东路666号
电 话 0471-4919981(发行部)
邮 编 010010
印 刷 北京市通州富达印刷厂
开 本 787×1092 1/10
字 数 4500 千
印 张 600
版 次 2011 年 1 月第 1 版
印 次 2011 年 3 月第 1 次印刷
印 数 1-5000 套
书 号 ISBN 978-7-80723-590-3
定 价 735.00 元(全 15 册)

成功,是一个最具诱惑力的字眼。人人都渴望成功,都愿意有一个精彩的人生。然而,怎样才能从普通走向伟大、从平凡走向卓越呢?本书告诉你:成功是用自己的双脚踩出一条属于自己的路;成功是沿着挫折的阶梯永不停息地往上攀升;成功始于“心动”,成于“行动”;成功是将“不可能”变成“可能”……做人需要修炼,处世需要历练,成功需要磨练,与苦难为伍,与坚持同行,方能创造成功的人生。

这是一个渴望成功的时代,人人都渴望成功,但事实上并不是每一个人都能取得成功。成功者之所以能成功,不仅是因为他们具有超越常人的才华,更为重要的是因为他们拥有决定人生成败的良好心态。良好的心态是走向成功的起点,是生命的阳光和雨露。拥有好的心态,才能成就好的人生!

任何一个人获得成功都不是偶然的。大多数人只会羡慕成功者的荣耀,却很少去探究成功背后所经历的那些苦难和辛酸。其实,如果你想实现人生价值、创造人生辉煌,那么,你就必须要学习和借鉴成功者的优点,如果能够像成功者那样去思考,你就已经成功了一半。

有人曾说,人生最大的快乐就是获得成功。但是,成功是从来不会轻易敲响我们家门的。通往成功的道路总是崎岖而漫长。然而,本书就告诉你通往成功的道路有捷径,本书从认识自我、转变心态、发掘潜能、培养习惯、塑造性格、制定目标、积极行动、跨越障碍、战胜挫折等方面,向渴望成功的朋友们揭示成功的秘密,帮助朋友们快

速走上成功的道路!

成功其实离我们并不遥远,只要你拥有一颗健康的心灵,保持积极乐观的心态,去创造幸福、美好的人生。相信,你一定会从中受益,熟悉成功的规律,掌握成功的策略,从而取得无往不利的成功人生!

编 者



目 录

CONTENTS

第一章 推销产品,先推销自己

所有成功的推销员,都首先学会了推销自己。推销自我虽有许多种形式,但总结起来只有一句话:学会喜欢你自已,你将更受人欢迎。

1. 推销的不是产品,而是你自己	2
2. 推销头号产品——你自己	5
3. 推销自己不出卖自己	7
4. 塑造美好的第一印象	11
5. 自我形象推销	13
6. 成功的自我介绍	14
7. 用名片推销自己	16
8. 打造标准的职业形象	18
9. 衣着一定要得体	20
10. 塑造动人的时尚印象	22
11. 塑造活力形象	24
12. 友善亲切的态度	25
13. 微笑让你更受欢迎	27
14. 温柔的眼神更有魅力	34
15. 打造你的诚信形象	36

第二章 成功推销必知的社交礼仪

礼仪体现了一个人的修养、素质、认识的拥有量及其应用,恰到好处地使用礼仪准则规范言行,不仅可以提高个人的素质水平,广结人缘,还有助于促进推销活动的成功。

- 1. 良好的言谈举止是成功推销的关键 / 42
- 2. 彬彬有礼,落落大方 / 45
- 3. 与人谈话的礼仪 / 49
- 4. 握手,不可避免的礼节 / 51
- 5. 递接名片的礼仪 / 53
- 6. 肢体语言彰显你的优雅 / 54
- 7. 初次见面的礼仪 / 57
- 8. 尊重也是一种礼仪 / 59
- 9. 学会倾听的礼仪 / 61
- 10. 不可忽视的约会礼仪 / 66
- 11. 参加宴会的基本礼仪 / 68
- 12. 在宴席上陪客的礼仪 / 71
- 13. 尊重外商的风土人情 / 76
- 14. 给客户送礼的礼仪 / 77

第三章 用品质魅力去吸引客户

优秀的推销员会用自己优良的品质魅力去吸引客户,并且赢得客户的关注。他们具有优良的心理素质,对自己抱有信心,在挫折面前不气馁,并且不断调整自己的心态,改进工作方法,使自己能够去面对一切困难。

- 1. 培养一种积极进取的心态 / 84
- 2. 良好的素质是成功的资本 / 86
- 3. 让卓越成为你的代言 / 91
- 4. 采取行动,才会成功 / 93
- 5. 坚信自己会成功 / 96
- 6. 持之以恒才能成功 / 97
- 7. 责任胜于能力 / 100
- 8. 有耐心才会等来成功 / 103



9. “泡”住你的客户	/ 105
10. 再试一次你就能成功	/ 107
11. 不达目的决不罢休	/ 110
12. 没有好脾气就干不了推销	/ 113
13. 热情是成功推销的天赋神力	/ 114
14. 自嘲,打破尴尬的法宝	/ 116
15. 成为坚强的推销员	/ 118
16. 目标高远,学习不止	/ 119

第四章 机遇只垂青有准备的人

机会对于有准备的人来说,是通向成功之路的催化剂;对于缺乏准备的人来说,却是一颗裹着糖衣的毒剂,你还在苦苦地盼望着机会吗?不,马上去做准备吧!做好准备,决胜推销!

1. 对自己的产品了如指掌	/ 126
2. 知晓自己产品的市场和品牌力度	/ 128
3. 熟悉公司赢得客户更多信任	/ 133
4. 掌握丰富的专业知识	/ 135
5. 制定出色的销售方案	/ 137
6. 熟悉市场,搜集重要信息	/ 139
7. 抓准市场信息,掌握销售市场	/ 141
8. 培养一种对市场的灵动性	/ 143
9. 选择最适宜自己的销售体系	/ 144
10. 对客户的情况了如指掌	/ 146
11. 做好拜访前的准备	/ 149
12. 知己知彼,百战不殆	/ 150
13. 准备好各种推销工具	/ 152
14. 向顾客讲明价格的构成	/ 154
15. 向优秀的前辈讨教经验	/ 157
16. 做到对各类客户无所不知	/ 159
17. 学会对意外情况随机应变	/ 161
18. 见机行事的九个秘诀	/ 163

第五章 先做客户后做销售

做好、做熟、做深每个客户,扩大了个人影响,做好了个人口碑,接下来再广结善缘,积极地结识人,建立属于自己的“关系网”,这样成功也就指日可待了。

1. 重视你的每一位客户 / 166
2. 善于利用顾客的人际关系 / 167
3. 成功推销要善结关系网 / 168
4. 在你五步之内的人都是新客户 / 170
5. 客户的信任就是你的业绩 / 172
6. 有亲和力客户才会喜欢你 / 173
7. 赢得客户芳心的重要公式 / 175
8. 做推销就是交朋友 / 177
9. 老客户是一座金矿 / 179
10. 让客户介绍客户 / 181
11. 创造一个无尽的“人脉链” / 182
12. 最大量发掘客户资源 / 183
13. 打造一个“客户俱乐部” / 185
14. 拥有庞大的客户关系网 / 187
15. 全方位发掘准客户 / 189
16. 管理好你的客户名单 / 191
17. 永远不要停下搜寻客户的脚步 / 194
18. 建立无穷的关系链 / 197

第六章 妥善应对客户异议与拒绝

从拒绝中发现客户的需求,把拒绝转换成每一个销售机会。拒绝只是客户的习惯性的反射动作,唯有拒绝才可以了解客户真正的想法,拒绝是导入成交的最好时机。

1. 没有被拒绝,只有“不了解” / 200
2. 客户的异议不是坏事 / 202
3. 客户为什么会产生异议 / 204
4. 客户异议有真有假 / 207



5. 客户异议处理技巧	210
6. 委婉解决客户过激的异议	214
7. 对客户的异议装聋作哑	216
8. 了解客户拒绝的真正原因	218
9. 提前预防客户的拒绝	221
10. 不给客户制造借口的机会	223
11. 积极接受顾客的抱怨	225
12. 不同拒绝的应对妙法	227
13. 准备好恰当的应对措施	231
14. 把客户的否定转为肯定	234
15. 让挑剔的客户满意而归	236

第七章 推销高手的攻心战术

掌握客户的性格类型、洞察客户的心理需求、抓住客户的理弱、突破客户的心理防线、解除客户的心理包袱、赢得客户的心理认同。只要你懂得推销攻心术,让你在不经意间升级为推销高手。

1. 急客户之急,想客户之想	240
2. 掌握不同年龄顾客的心理	243
3. 摸清客户底牌	246
4. 因人制宜才能抓住客户	248
5. 有效激发客户的购买欲望	252
6. 配合顾客改变自己的作风	256
7. 给客户点小恩小惠	258
8. 激发顾客的好奇心	259
9. 产品有缺陷不要隐瞒	261
10. 真诚地喜欢你的客户	263
11. 信用越好就越能成功推销	265
12. 非凡的亲合力,让客户喜欢你	266
13. 维护客户的面子	268
14. 呵护客户的自尊心	270
15. 真诚地赞美客户	271
16. 热切关注你的客户	273
17. 多给客户一点关心	275

第八章 机智灵活的谈判策略

要想成为推销高手,没有机智灵活的谈判策略是不行的。成功不是一种偶然,成功需要真材实料。在竞争中,应多多思考,用机智标出自己的与众不同之处,才能抓住别人的眼光。

1. 设定一个合适的谈判目标 / 278
2. 遵循谈判的基本原则 / 279
3. 原则问题不让步 / 284
4. 谈判中的拖延战术 / 286
5. 用沉默来对付饶舌的对手 / 289
6. 谈判中的“心理战术” / 290
7. 在谈判中占上风的妙法 / 293
8. 推销员怎样回答问题 / 295
9. 谈判中恰当插话 / 297
10. 转换思维进行突击 / 298
11. 扭转局势的谈判技巧 / 301
12. 谈判中应适当地提问 / 303
13. 报价的五条学问 / 305
14. 谈判中做到速战速决的技巧 / 308
15. 要仔细听懂对方的话 / 309
16. 找到帮手与你一起谈判 / 312

第九章 左右逢源的成交高招

销售是一种以结果论英雄的游戏,销售就是要成交。没有成交,再好的销售过程也只能是风花雪夜。在销售员的心中,除了成交,别无选择。

1. 提示顾客做出决定 / 316
2. 提出成交要求有方法 / 318
3. 听到“考虑一下”时要加油 / 322
4. 成交之后再成交 / 323
5. 抓住成交最佳时机 / 324
6. 达成交易的常用技巧 / 326
7. 声东击西达成交易 / 331



8. 必知的有效成交技巧 / 333
9. 顺利成交的基本策略 / 338
10. 双赢,最有效的方式成交 / 342
11. 别让谈成的生意又变泡影 / 345
12. 如何做成交易 / 348
13. 成交,最有魅力的时刻 / 351
14. 善于把握成交时机 / 353
15. 成交后,与顾客道别的艺术 / 356
16. 签约之后轻松交谈 / 359

第十章 真正的销售始于售后

销售是一个连续的过程,成交既是本次销售活动的结束,又是下次销售活动的开始。销售人员在成交之后继续关心客户,不仅能留住老客户,还能吸引新客户,使生意越做越大,客户越来越多。

1. 最好的销售就是服务 / 362
2. 重视和加强售后服务 / 364
3. 培养一个好的服务习惯 / 365
4. 用爱心为客户提供温情服务 / 367
5. 附加服务增进客户的忠诚度 / 368
6. 售后服务使推销不断循环 / 371
7. 服务重于推销 / 372
8. 售后服务,推销后的推销 / 374
9. 成交不是推销的终点 / 375
10. 为客户提供金牌服务 / 377
11. 顾客的利益是服务的方向 / 378
12. 销售员做好服务的九项原则 / 380
13. 为顾客提供人性化服务 / 383
14. 服务,服务,再服务 / 384
15. 成交之后,继续关心客户 / 386
16. 售后服务,招徕更多回头客 / 387

励志心书

推销之神全集



第一章

推销产品，先推销自己

所有成功的推销员，都首先学会了推销自己。推销自我虽有许多种形式，但总结起来只有一句话：将会喜欢你自已，你将更受人欢迎。



1. 推销的不是产品，而是你自己

著名演员陈晓旭是电视连续剧《红楼梦》中林黛玉的饰演者，她在应征林黛玉的角色时，给导演写了一封自荐信，并附上了一首歌颂柳絮的小诗。正是这首小诗打动了导演，因为导演眼中的林黛玉就是一位诗人，更是一位感情细腻、忧郁的诗人。最终她成为观众心中绝版的“林黛玉”。

作为一名推销员，也许你认为你不是演员，不是让别人认同你，而是在向你的顾客推销产品。可是你应该知道，顾客首先接触的是你——产品的推销员。如果顾客不接受你，又何来顾客购买你的产品之说呢？

常言道：没有卖不出去的产品，只有卖不出去的人。意思就是在你介绍你的产品之前，要把自己先介绍给顾客，顾客买你的产品，和你的人有很大的关系。你把自己推销出去后，就算你的产品没有卖出去，但是人家也一定能记住你这个人，以后就会有更好的合作机会，这是一种长期的销售模式。

了解自己，发掘自身的卖点

知己知彼，百战百胜。如果你想要成功地推销自己，需先确定你的卖点是什么。所谓卖点，其实就是一个购买理由，最佳的卖点即为最强有力的购买理由。也就是说，在你成功地推销自己之前，你必须完全认清自己真正的价值。

乔·吉拉德每一次推销前，就会考虑自己这次推销的目的。比如，应聘外国车厂的推销员时，他的目的是说服业务总经理其长期销售美国车的经验不会成为工作障碍；寻找培训对象时，他的目的就是说服船舶经销商让船只销售人员参加培训，保证其收获能和汽车销售人员所获得的收益一样多，等等。

卖点首先是交易对象的需求点。乔·吉拉德在说服外国车厂业务总经理的卖点不是他过去销售美国车的经验，而是他未来可以为外国车厂所做的贡献。

卖点所针对的需求点的主体并不是盲目的，应该是目标受众。因此，说服船舶经销商让船只销售人员参加培训的过程中，乔·吉拉德的目标受众是船只经销商，则其卖点不是销售汽车的经验，而是在销售行业提炼的不变法则和技巧，这些法则和技巧用在船只销售和汽车销售方面的效果是相同的。

推销自己，让顾客认同你

做销售要先让顾客了解你，先让顾客记住你的优点；让顾客知道你能为他做什么，

而不是产品能为他做什么。曾经有人对乔·吉拉德说：“你卖的商品怎么可能都是最好的呢？”

乔·吉拉德回答道：“卖的商品可能不是独一无二的，但是每个推销员都是世界唯一的，没有另外一个完全相同的你或我。所有优秀的推销员推销的不是商品，他们推销的是自己。”

乔·吉拉德认为，把自己推销给别人是成功推销的第一步。顾客在购买时，不仅要看产品是否合适，而且还会考虑推销员的形象。

在乔·吉拉德的办公室里挂满了那些因业绩优良而得来的奖牌和奖状，刊登在报纸杂志上的受访画面，以及和大人物的合照等。顾客只要看到这些就会了解乔·吉拉德是最优秀的推销员，自然就会信赖他，转而信赖他的产品。

一个推销员在向顾客推销自己时，必须做到以下几点。

(1) 诚实面对顾客

推销员出现在顾客面前时，作为一个人，其个人品质会使顾客产生不同的心理反应。向顾客推销你的人品，最重要的是向顾客推销你的诚实。乔·吉拉德说：“诚实是推销之本。”一旦你在顾客的眼中有了“人品”问题，即使你的产品有很好的声誉，顾客也确实需要，但出于对自己利益的保护，他就会拒绝购买。

某机构的统计数据显示，70%的人之所以会购买你的产品，是因为他们喜欢你，信任你，尊敬你。因此，推销成功的最基本的策略是诚实。

(2) 向顾客推销你的形象

乔·吉拉德说：“一个人的外在形象，反映出他特殊的内涵，倘若别人不信任我们的外表，你就无法成功地推销自己了。”为此，一个推销员的言谈举止，衣着仪表，都应力争给顾客留下良好的印象。

在推销我们自己时，我们的外表是非常重要的一个方面。因为在接触顾客时，他们注意的首先是你的外表，并以此评价你的内在。因此对外表要特别注意，充分展示你的优点。

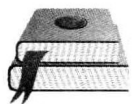
一个人的态度全部反映在他的举手投足之间。一个自信的人，他的背脊是挺直的，他的脖子不是缩在衣领里的。在与顾客的接触中，你应该是一个自信的推销员。这种自信源自于你对自己和所推销产品的信心。

证明自己，让顾客看到你的与众不同

在你拜访一位顾客前，也许已经有很多推销员拜访了或者正准备拜访他，想要在众多的推销员中脱颖而出，就要在客户心中留下与众不同的印象，让他们把你和别人区分开来。这就需要让他们关注你说了什么，怎么说的；你做了什么，怎么做的。

作为一名推销员，做到这一点可以从很多方面入手，比如设计一张与众不同的名片，并以特别的方式送交给客户。





乔·吉拉德认为证实你的与众不同主要表现在以下这些方面。

(1) 用名片征服世界

在乔·吉拉德的汽车销售生涯中，名片是他所向披靡的无敌“武器”之一，没有哪位推销员能像他那样“使用”名片。

乔·吉拉德只要碰到一个人，马上会把他的名片递过去，不管是在哪种场合。他到处用名片，到处留下他的痕迹。“给你个选择：你可以留着这张名片，也可以扔掉它。如果留下，你知道我是干什么的、卖什么的，我的细节你全部掌握。”乔·吉拉德常常对别人这样说。

2002年7月18日，NAC成功者大会在中国北京召开，当乔·吉拉德上台演讲之前，他让工作人员把他的名片印了几万份摆放在每一张椅子上，在讲到如何收集客户信息的时候，他不时将名片一把一把往人群中撒，很多人被他这种“满天飞的名片”启迪了。

“我始终认为，推销的要点不是推销产品，而是推销自己。如果你给别人递名片时想：‘这是很愚蠢很难堪的事，那怎么能给出去呢？’当然也就谈不上成功了。”乔·吉拉德这样告诉别人。

有人曾经问他：“发送这么多张名片，比如说一百张，有多少张产生了真正的效用？有多少人收到名片后会向你买车呢？”

乔·吉拉德回答说：“95%。”是的，95%。你可能会问：“为什么不是100%？”

“因为那5%的人已经离开人世了。如果他们还在人世的话，我还会把他们吸引回来。因为我给你公平薄利的价格、无微不至的服务，你还能去哪儿呢？你还会去找谁呢？除了乔·吉拉德，不会去找任何人了。”这是他的回答。

销售员应该乐于将自己的名片送给他人，设法让更多的人知道你是干什么的，推销的是什么商品。当他们需要这种商品时，自然就会想到你。

(2) 坚守自己的原则

从小我们从父母或者我们敬仰的人那里学习我们尊崇的品质，形成自己的信念。然而，在我们周围，总会有些人、有些事设法让我们放弃这些信念。有很多时候，我们必须妥协。但是，有一些原则我们必须坚守：诚实、重诺言、尊重别人的权利和自己的理想。

乔·吉拉德曾经遇到这样一位钢琴家，她很有才华，也是一位很有能力的教师。她靠教人钢琴维生。

“你不会想到，”她说，“那么多的父母带着缺乏天分的孩子来学习钢琴。一堂课之后，你就会知道这个孩子完全不适合学习音乐。即使你告诉他的父母，他们也不愿意相信。我有自己的立场，我不教那些教不来的学生，即使学费很高。

“朋友对我说：‘你收学费，也照样教课，有没有学到什么就不用管了。’可是我做不了，如果我那样做了，收入会比现在高很多，可是我的良心过不去，父母的付出并没有等价的回馈在孩子身上。”

这位钢琴家虽然得不到更高的收入，但是她却坚守了自己的原则。推销自己但不要出卖自己，不论你从事哪一行哪一业，只要你坚守原则，那些关注你的顾客总有一天会关照你的生意。你要相信自己，你是不会永远输的。

▶▶▶推销之神金言

你把自己推销出去后，就算你的产品没有卖出去，但是人家也一定能记住你这个人，以后就会有更好的合作机会，这是一种长期的销售模式。



2. 推销头号产品——你自己

作为一个推销员，他所推销的最重要的产品是什么？美国汽车推销大师乔·吉拉德说得很清楚：“推销头号产品——你自己！”

乔·吉拉德出生于底特律一个移民家庭。16岁辍学，先后做过壁炉工、卡车司机、装配工、电镀工、饭店服务员……1963年，35岁的乔·吉拉德涉足汽车推销行业。1966年，他荣登“全世界零售汽车及卡车推销员第一名”的宝座，其名字被载入“吉尼斯世界纪录”。1975年，他获得美国成就奖审委会颁发的金杯奖。

“跟其他人一样，我并没有什么诀窍。我只是在推销世界上最好的产品，就是这样，我在推销乔·吉拉德。”

“你得推销你自己，这是一条最基本的推销原则，每一个推销员开始工作时都得学会这一点，人们更愿意与自己喜欢的人做生意。”

乔·吉拉德努力做到每一位客户心甘情愿到他那儿去买车，即使是一位5年没有见面的客户，但只要踏进乔·吉拉德的门槛。他就会让客户觉得像昨天才分手，并且他还非常挂念你。

乔·吉拉德每卖一辆车，都力争使客户像刚享受了一顿美餐时一样，心满意足。他让客户由衷地高兴：“那个吉拉德对我真好，我喜欢从他那儿买车。”

吉拉德之所以成为世界上“最伟大的推销员”，关键在于他对人的了解，而不是车，汽车只不过碰巧是他推销的产品罢了。这个道理，很多人不是不懂，他们也许会说：“先推销自己，再推销产品。”可是闻其言后，再观其行，就能发现他们整个人还是全部围绕着产品转，从而陷入了一个极大的误区。说到推销自己，还有另外一个误区：心里美就足够了，外表无所谓。掉进这个误区的人们可真是不爱动脑筋啊，他们太想当然了！

国外服务行业有个不成文的规则：即使你只有三套衣服，也要每天换着穿。为什么呢？一则可以给别人带来新鲜感，二则表明你爱整洁，三则显示你的经济实力。当在培

