

麦肯◎编著

推销法则

通往成功的
推销之路

99

掌握99条
推销法则
提高你的
推销能力



麦肯◎编著

推销法则

通往成功的
推销之路

99

图书在版编目(CIP)数据

推销法则 99/麦肯编著. —上海:文汇出版社,
2012.7

ISBN 978-7-5496-0547-7

I. ①推… II. ①麦… III. ①推销—方法 IV.
① F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 112669 号

推销法则 99

作者 / 麦肯
责任编辑 / 陈今夫
封面装帧 / 张懿

出版发行 / 文匯出版社
上海市威海路 755 号
(邮政编码 200041)

经 销 / 全国新华书店
照 排 / 南京展望文化发展有限公司
印刷装订 / 江苏启东市人民印刷有限公司
版 次 / 2012 年 7 月第 1 版
印 次 / 2012 年 7 月第 1 次印刷
开 本 / 890×1240 1/32
字 数 / 140 千
印 张 / 6.75

ISBN 978-7-5496-0547-7

定 价 / 18.00 元

序 言

随着社会经济的发展，随着商品种类的日益增多，“推销”是在所难免的。

有不少人对“推销”抱有很大的偏见，总认为推销有行骗之嫌。其实不然。推销实际上是一件既正当又有价值的事情，而“推销员”也是一种很高尚的职业。为什么这么说呢？我们先来看看“推销”一词的定义：

“‘推销’就是劝说别人同意和接受对其有利的事物（包括商品、创见、信息等等），从而为此付出合理报酬。”

推销固然以商品为主，但它不局限于商品。广义地讲，任何一种劝说别人相信和接受某事、某物的行为都属“推销行为”。譬如，耶稣基督也可以说是一个“推销员”，因为，他坚信天国和上帝的救赎，坚信这是有益于民众的，所以，他不断地劝说民众，以他的教义使千百万人成了基督徒。此外，政治家、教育家和企业家，他们都有丰富的专业知识，都相信自己有能力造福于社会，所以往往会以善辩的口才诱导人们接受他们的某些思想和见解，而从某种程度上说，他们的行为也就是“推销”——推销他们自己。

诚然，这是广义的“推销”。狭义的“推销”则是指推销商

品。但是,推销商品和推销其他任何东西一样,需要从事推销的人——即推销员——具备某些条件和能力。

目前,我国社会对推销员的评价,似乎还无法和学者、政治家和教育家等相提并论。这里的原因有两个:一是人们长期受传统封建思想的影响。所谓“士、农、工、商”,认为“商”是末流的,并延续了几千年,直至今日,人们仍然摆脱不了这种“抑商”的观念。但是,随着商品经济的日益活跃以及在社会生活中越来越占重要地位,“抑商”观念的破除看来已指日可待。另一个更为重要的原因则在于推销人员自身。有不少推销员本人就对自己的工作抱有不正确的认识,以为要推销商品就一定要夸大其辞,要卑躬屈膝或者要死皮赖脸,否则就达不到目的。他们这样做了,其结果往往是使顾客一次性地购买了他们的商品而长久性地对推销员抱有反感,以致于一提起推销员,马上就产生不好的联想。

要改变人们对推销员的不良印象,推销员必须加强自己的“职业意识”。所谓“职业意识”,就是要把推销工作当作一桩神圣的工作来做,要具备出众的工作能力,要建立以推销工作为荣的信念。

怎样才能成为一个受人欢迎的、成功的推销员呢?这就需要有大学问和大能耐。任何知识和能力都不会是多余的。那么,有没有捷径呢?如果说,有针对性地掌握某些法则可较快收效的话,这大概就是“捷径”吧。

本书列出了从事推销工作时所必须加以重视的 99 条法则。这些法则,可以系统阅读,也可以临时查阅。但是,不管怎样,只要你能加以掌握,必定能提高你的推销能力。

目 录

序言	1
----------	---

一、 礼仪篇	1
--------------	---

法则 1 礼貌最重要	3
法则 2 等人有讲究	5
法则 3 不要随便坐	6
法则 4 谨慎递名片	8
法则 5 理好公文包	10
法则 6 最好不吸烟	12
法则 7 吸烟要谨慎	13
法则 8 喝茶要道谢	15
法则 9 喝酒要斯文	16
法则 10 探望有禁忌	18
法则 11 送礼看时机	20
法则 12 礼物要合适	22
法则 13 慎用介绍信	24
法则 14 书信有格式	26
法则 15 词句有分寸	27

法则 16	切记四原则	28
法则 17	适当打电话	30
法则 18	不要靠人情	32
法则 19	需要懂人性	34

二、言语篇

法则 20	说话有技巧	39
法则 21	避免口头禅	40
法则 22	声音要清晰	41
法则 23	语调要平和	43
法则 24	寒暄要合适	45
法则 25	举止要恰当	47
法则 26	要注意倾听	49
法则 27	说明要具体	50
法则 28	要多多举例	51
法则 29	要强调特点	52
法则 30	刺激须适时	54
法则 31	切不可争论	56
法则 32	慎用“三段论”	58
法则 33	切不可反驳	60
法则 34	要用“反问法”	62
法则 35	要用“比喻法”	64
法则 36	切不可责难	66

法则 37	慎用“否定法”	69
法则 38	多用“二选一”	71
法则 39	要接受批评	73
法则 40	切记此“前奏”	76
法则 41	不必太当真	77
法则 42	要深知顾客	79
法则 43	熟知“应对法”	82

三、技巧篇

法则 44	事先要调查	87
法则 45	要找“有希望”	91
法则 46	不必管“假蛋”	92
法则 47	要发现“需要”	93
法则 48	不“喜新厌旧”	95
法则 49	要懂得常理	96
法则 50	要了解动机	99
法则 51	要注意性格	101
法则 52	让人“听好话”	103
法则 53	要有“时代感”	104
法则 54	要“动之以情”	106
法则 55	要绝对忍让	107
法则 56	要“感染”顾客	109
法则 57	要“严以律己”	111

法则 58	要“礼尚往来”	113
法则 59	要做备忘录	115
法则 60	多自我反省	117
法则 61	不可凭直觉	121
法则 62	要有活情报	123
法则 63	要看重商品	125
法则 64	不让人分心	126
法则 65	留意新顾客	128
法则 66	善用“第一次”	130
法则 67	避开“第三者”	132
法则 68	不要太得意	133
法则 69	学学女职员	134
法则 70	比比营业员	137

四、 自控篇 141

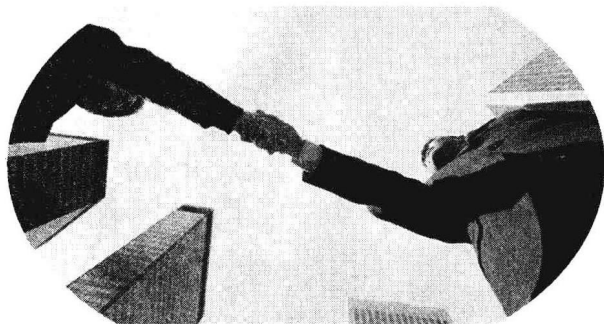
法则 71	要善用时间	143
法则 72	要控制时间	144
法则 73	要学会等待	146
法则 74	要不怕爽约	147
法则 75	失败不懊恼	148
法则 76	要有幸福感	149
法则 77	心中有梦想	151
法则 78	要确立目标	153

法则 79	要学会应变	155
法则 80	要喜欢自己	157
法则 81	切不可悲观	159
法则 82	成功的目标	161
法则 83	不要看条件	163
法则 84	要知而后行	165
法则 85	要克服惰性	166
法则 86	要彰显人品	168
法则 87	要“先给后取”	169
法则 88	有必要知识	171
法则 89	须自我检讨	173
法则 90	要善于冥想	175
法则 91	切莫忘“反复”	179
法则 92	要正视现实	181

五、管理篇

法则 93	方案须有效	187
法则 94	要了解下属	190
法则 95	要经常反省	192
法则 96	要经常鼓励	195
法则 97	要维护团体	198
法则 98	须关注下属	200
法则 99	不姑息过失	202

一、礼仪篇



法则1 礼貌最重要

英国诗人爱德蒙·史宾塞说：“唯有观其礼貌，才能真正认清一个人。”

对推销员来说，礼貌更是一种不可或缺的待人处世的态度。

能推己及人者，通常也是彬彬有礼的；反之，自私自利者，则往往是不懂礼貌的。

下面列出的十五条礼貌须知，希望推销员多加注意。（其实不仅是推销员，一般人也可以借此反省反省。）

1. 要设身处地为顾客着想。
2. 要经常注意顾客的反应。
3. 不可对顾客出言不逊。
4. 不可有失礼的举止。
5. 不要装模作样。
6. 态度必须诚恳。
7. 不可神色紧张。
8. 行为要谨守分寸。
9. 不可表现出某些恶习。
10. 要以开朗的微笑对待顾客。

11. 不可伤害顾客的自尊心。
12. 要使用平易近人的语言。
13. 仪容要端庄整洁。
14. 要守信用。
15. 要有为顾客服务的精神。

以上所举的是一些抽象的项目。至于如何具体地将其贯彻在行动中,则有待于各人自己在日常生活中灵活而适当地运用了。

此外,一个推销员还必须注意某些小节,比如:说话要委婉、客气;不要无缘无故地浪费顾客的时间;不可用恶劣态度对待顾客。不然的话,就会引起顾客的反感,进而对你推销的商品也不感兴趣。

如果你有意从事推销工作,就应该对照上述各项逐一加以检讨,而且要时时提醒自己是否真正这样做了。如你真正做到了上述各项所要求的,那么不久之后你必将会成为一个成功的推销员。

法则2 等人有讲究

有些推销员在和顾客交谈时坐的姿势很随便，给人一种没有礼貌的感觉。说起来，这样的推销员人数还不少哩。

所以，一个专业推销员不可忽视任何细微末节。下面我们就来谈谈“坐的礼仪”：

首先，你必须要有区别“上座”和“下座”的常识。一般说来，离入口远的地方是上座，靠近门口的地方是下座。以左右来分，右边的是上座，左边的是下座。所以，不管你进入会客室、办公室，还是顾客家里，若顾客不在，你都必须在离入口处不远的地方靠左——也就是下座处，坐下来，以等待顾客。这时，你要特别注意一点，那就是绝对不可以站在门口来回走动，因为这是一种非常没有礼貌的行为（在日本和东南亚地区，尤其如此）。此外，在顾客还没有请你坐之前（一见顾客来到是应赶快站起来的），不可冒冒失失地自己坐下来。不过，要是顾客请你坐下而且让你坐上座，也不必过分客气地推辞而令顾客尴尬。

法则 3 不要随便坐

坐在椅子上时，不要坐得太进去，也不要把背靠在椅子背上，而且，即使顾客跷着二郎腿，你也不应该做出这种不礼貌的动作。

坐长沙发时，有许多人喜欢坐在两端。其实这是不对的。推销员不可以这样坐。因为这样会使顾客一眼就看到你的窘相，会给顾客一种不沉着的感觉。你应该坐在长沙发当中偏左的地方，这样最合适。

当你要开始谈生意时，绝对不可坐在顾客的正对面，因为这样会使顾客在心理上不由自主地产生一种压迫感。（其实不仅是顾客，推销员自己也会产生同样的感觉。）所以，如果你本来所坐的椅子是在顾客的正对面，可以移动一下将位置稍作调整，使自己的身体斜对着顾客，以避免与顾客正面相对（若是异性顾客，更应该注意这一点）。在调整位置坐定之后，还必须注意是否仍让顾客感到不安定。如果是，那你还得再次调整自己的位置。总之，一定要使买卖双方皆感到自然而不受拘束。

选定适当位置之后，接下来就要注意间距了。间隔距离没有刻板的规定，但必须使对方能听清你讲话的声音，也要让对方能看清你向他或者她出示的样品。

有些推销员坐下来时有张开双膝的习惯。这点必须特别加以注意。绝对不可将双膝张得太开，因为这种姿势非常不雅观。

如果遇到有很多顾客而推销员只有一个的时候，推销员要尽量坐在旁边，或者是斜对面。相反，倘若两个推销员同时向一个顾客推销商品，推销员应该分开来坐，绝对不可以肩并肩地坐在一起，你一句我一句，好像是在审问顾客似的。

最后，顺便谈一下坐轿车的规矩。原则上，轿车的上座是在后面，其中司机后面的那个是最上座，其次是最上座对面车门旁边的位置。最上座和次上座中间的位置属第三位，司机旁边的助手位置则是下座。所以，不管你的想法是什么，请你千万不要让顾客坐在司机旁边，因为这是非常失礼的。但是，倘若推销员自己开车，为了谈话方便而让顾客坐在旁边，那又另当别论了。

假如顾客没有按一般规矩请你入座，你不必过分坚持自己的原则，稍作推让之后便可大方地入座。“恭敬不如从命”，这是最重要的礼貌。

总之，必须懂得“礼仪”，但又不过于拘泥，要灵活运用，随机应变。倘若故意谦让，反而会让人有矫揉造作之感。