

现代推销实战宝典

推销员的100 把金钥匙

李大宇 编著



关键时刻还要有
看家本事!

 中国纺织出版社

推销员的 100 把金钥匙

李大宇 编著



中国纺织出版社

内 容 提 要

市场经济中推销人员的作用越来越大,而推销人员在工作中只有热情是不够的,推销策略和技巧在推销中起着举足轻重的作用。本书以大量的实例为基础,讲述了推销员在推销中的 100 个策略技巧,从中读者可以了解推销员的基本素质、战略技巧、应变急招等实战方略。

图书在版编目(CIP)数据

推销员的 100 把金钥匙/李大宇编著. —北京:中国纺织出版社,2002.1

ISBN 7 - 5064 - 2176 - 3/F·0196

I. 推… II. 李… III. 推销 - 方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 089064 号

策划编辑:曹炳铨 责任编辑:郝东晋
责任设计:高 静

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号

邮政编码:100027 电话:010—64168226

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:Faxing@ c-textilep.com

华北石油廊坊华星印刷厂印刷 各地新华书店经销

2002 年 1 月第一版第一次印刷

开本:850×1168 1/32 印张:15.5

字数:350 千字 印数:1—5000 定价:26.80 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

市场经济中推销人员的作用越来越大，而推销人员在工作中只有热情是不够的，推销策略和技巧在推销中起着举足轻重的作用。本书以大量的实例为基础，讲述了推销员在推销中的 100 个策略技巧，从中读者可以了解推销员的基本素质、战略技巧、应变急招等实战方略。

目 录

1. 具有坚定的推销信念	(1)
2. 拥有推销的积极心态	(9)
3. 学会良性思考	(15)
4. 推销员是博学的人	(19)
5. 推销也需要思考	(24)
6. 发挥你的推销热情	(26)
7. 克服对推销失败的恐惧	(32)
8. 有明确的目标	(39)
9. 进行良好的自我规划	(44)
10. 爱现的人才能成为推销员	(50)
11. 掌握勤字诀	(53)
12. 成功从行动开始	(57)
13. 寻找销售对象	(63)
14. 随时不忘发展客户	(69)
15. 抓住潜在的客户	(74)
16. 拓展你的客户群	(79)
17. 有人脉才有钱赚	(87)
18. 决不轻易放弃客户	(94)
19. 放长线，钓大鱼	(100)
20. 切莫以貌取人	(104)

21. 多面发掘准客户	(107)
22. 建立客户网	(115)
23. 不要小看名片	(120)
24. 记住客户的名字和面孔	(126)
25. 与客户交朋友	(131)
26. 用心推销	(136)
27. 邀约五部曲	(141)
28. 用电话约见客户	(144)
29. 约见客户注意事项	(149)
30. 推销需要认真准备	(154)
31. 进行有效的时间管理	(157)
32. 进行上门推销	(161)
33. 注意推销用语	(166)
34. 首先推销你自己	(170)
35. 了解你的客户	(175)
36. 吸引客户的注意	(181)
37. 利用问题接近客户	(187)
38. 对客户投其所好	(192)
39. 如何更好的接近客户	(196)
40. 再访客户技巧	(201)
41. 赢得客户的信任	(207)
42. 具备诚信的态度	(210)
43. 拥有无人可挡的亲合力	(214)
44. 与客户同步	(219)
45. 推出你的产品	(224)
46. 认真塑造产品形象	(230)
47. 抓住客户的心理	(234)

48. 发挥标签效应	(239)
49. 介绍产品的技巧	(243)
50. 不要太完美	(248)
51. 一次示范胜过一千句话	(253)
52. 推销交谈的艺术	(260)
53. 运用眼睛的魅力	(264)
54. 具备良好的洞察力	(267)
55. 运用适当的肢体语言	(272)
56. 运用动听的声音	(277)
57. 让地点为你服务	(282)
58. 包装形象很重要	(286)
59. 打动客户的心	(290)
60. 激发客户的同情心	(295)
61. 掌握推销主动权	(298)
62. 笑脸的价值	(302)
63. 赞美的力量	(306)
64. 学会善待自己	(311)
65. 该放手时就放手	(314)
66. 找准拍板人	(317)
67. 搬走谈判中的绊脚石	(321)
68. 利用团队优势	(323)
69. 运用欲擒故纵策略	(327)
70. 消除客户成见	(331)
71. 进一步是为了进两步	(336)
72. 在推销中随机应变	(339)
73. 谨防推销陷阱	(343)
74. 注重良性沟通	(346)

75. 适当运用方言交谈	(353)
76. 倾听是有力的武器	(356)
77. 亮出自己的底牌	(361)
78. 应对不同的客户	(366)
79. 对客户异仪装聋作哑	(373)
80. 否定处理法	(379)
81. 有效利用证据	(384)
82. 向客户求爱	(388)
83. 制造假像抓住客户	(391)
84. 设法不使客户拒绝	(396)
85. 能够卷土重来	(403)
86. 关注客户的态度变化	(410)
87. 不要放过成交的信号	(414)
88. 潇洒走一回	(419)
89. 克服怯场的心理	(422)
90. 展现魅力的时刻——缔结	(425)
91. 避免客户反悔	(431)
92. 欢迎客户的抱怨	(436)
93. 处理客户的不满	(441)
94. 尽快趁热打铁	(445)
95. 无声的推销员	(450)
96. 重要的十分钟	(456)
97. 如何对待竞争对手	(461)
98. 电话推销的秘诀	(467)
99. “十要”与“十不要”	(472)
100. 把握成功三要素	(480)



具有坚定的推销信念

经常有人问：“要怎样做才能推销成功？”“要怎样做才能成为一位成功的推销员？”大家都期盼着有人能给他们一个速成的秘方。

秘方在哪里呢？秘方在你的心中。就如同任何一位获得成功的人，在他的内心中都存在着一个坚定不移的信念，这个信念让他克服横阻在前面的障碍、困难，这个信念让他胜过其他的手。

两位学得相同推销技巧的推销员，理论上他们应该创造不相上下的业绩，但实际上，千千万万的例子告诉我们，不是这样的。多少人在课堂上学习了再多的推销知识与技巧，但也无法保证他能成为一位伟大的推销员。

推销的知识与技巧是“知”的层面，“知”和“行”是完全不同层面的两件事，你能使一个人有步骤地增加“知”的能力，但是一个人不想“行”、不积极“行”的时候，知识与技巧的作用都无法充分的发挥。

一位记者曾访问一位退休的美式足球教练，问道“创造奇迹式的胜利的秘诀在哪里？”他回答说“我们的球队如同其它球队一样都有最杰出的选手，面对这些一流的选手，我还能教他们什么技巧呢？他们对美式足球的技巧与认识，绝不会比我少一分，

我懂得的也绝不会比他们多一分，我能做的惟一的事情，就是让我的球队在迎战对手前的一分钟，让他们的战斗意志达到沸腾。”这个创造足球奇迹的秘诀，不在知识也不在技巧，它存在于每一位选手的内心，这股心灵的力量，才是创造奇迹的决定点。

马拉松的选手靠着平时磨炼，他们的意志力战胜身体的疲惫及想要休息的渴望，马拉松选手的胜负不在体力而在意志，因为体力已超出人的体能以外。推销也是一样，你必须启动你心灵的力量，心灵的力量来自你平日的锻炼与储蓄。

如何培养你推销的心灵力量呢？心灵的力量来自你的信念。作为一位专业推销员，你必须建立下面的信念。

△确信你的工作对客户有贡献

化妆品的企业主相信他能带给人们美丽的希望，而能建立全球性的企业。IBM 相信他对客户的贡献在于替客户解决问题，而能成为世界上最大的资讯处理公司。一位确信国家未来的命运掌握在他手中的小学老师，在教育国家幼苗时，可感受到他的眼神中那股神圣的光辉。作为一位专业的推销员，什么是你坚信你能带给客户的贡献呢？

成为专业推销员的第一个信念就是确信我能提供给客户有意义的贡献，若你心中没有这个信念，你是无法成为一流的。

△关心你的客户

你的第二个信念是要真心诚意地关心你的客户。关心是赢得信赖的敲门砖，信赖有如冬天里的暖流，烈日中的清风，能扫除人与人间的隔阂。信赖在推销过程中是最珍贵的触媒，有了它，客户不再对你设下防备的栅栏，有了它，客户能坦诚地向你诉说他真正的期望，剩下的问题是客户和你如何共同尽最大努力达成客户的期望。

有些推销员常常苦恼于面对客户时，找不出话题，而羡慕那

些能和客户愉快交谈的推销员们。然而，若是你能真诚地关心你的客户就能找出谈不完的话题，“关心”不能只止于“我真的想关心你”。关心是要拿出实际的行动，关心是“你能知道客户想什么”，关心是“你知道客户的喜好”，关心是“你知道什么样的讯息客户需要，你会设法提供给客户，”关心是“不管生意做不做得成，我想和你做个好朋友”。

△积极与热诚

你的第三个信念是“只要你做一天的推销员，积极与热诚就是你的本能”。本能是一种自然的反应，是不打折扣的，是不需要理由的。做为一位成功的推销员，失去了积极与热诚，有如艺术家失去了灵感，有如发电机失去了动力，你还能期望你能打开客户闭塞的心扉吗？

积极与热诚是会感染的，你不但能将积极、热诚传播给你的客户，同时你也能将你此刻蹬积极与热诚传染给下一刻的你。因此，每天早上起来的第一件事——“告诉自己积极、热诚”。

△驱策自己的意志力

棒球选手每次出场向0.3的胜率挑战，只要他10次出场，能击出3次的安打，他就能保持他的打击手地位，也就是他的意志要面对7次失败的压力而不沮丧、不被摧毁。但推销员通常进行扫街（canvassing）时，要面对50次以上的“不需要”、“没预算”、“不喜欢”、“太贵”的拒绝，才会产生一个有望客户（hot prospect），你若是没有坚强的意志，是很容易被击垮的，虽然canvassing的技巧能提高我们的成功率，但却仍然是远低于0.3的胜率。

推销员也是人，你很难要求他长时间终日暴露在被客户拒绝的环境中，仍能维持他的意志力，但是他的意志力必须支持他完成“最低的目标”。

什么是“最低的目标”呢？这里所谓最低目标是指推销员要能达成 3 成以上的业绩是由他的客户介绍而来的，那么到底他要花多长的时间才能达到这个目标呢？每一个行业不同，但是任何行业都是一样的，你握有的客户数愈多，你的推销工作就有如倒吃甘蔗。因此作为一位专业的推销员你第一个意志力的考验就是不管多么的艰辛，你一定要有坚定的信念达成这里所指的最低目标。

意志力的第二个挑战是你必须驱策自己确实地执行你每日的推销计划，至于你每天已计划要做多少新客户拜访（new call）、拜访几位准客户（repeat call），打几通预约电话，绝不自己替自己找理由拖延每天该执行的计划，因为专业与非专业的差别就在每天计划的执行程度。

△尊重你的客户

第五个信念是要尊重你的客户。尊重客户的最基本点是任何时刻对客户一定要诚实，绝不欺骗、虚应你的客户。客户的“挑剔”，就是你的改善点，你要虚心诚意地接受，并尽最大的努力改善。

你尊重你的客户，所以要增进自己的专业知识，才能给客户最好的建议；你尊重你的客户，所以你要站在客户的利益点为客户考虑；你尊重你的客户，所以不能为了自己的利益给客户带来任何困扰；你尊重你的客户，所以要让你的客户每多花一分钱，都能获得多一分的价值。

信念不是一种知识，不是一种理论，也不是一时的狂热，它是慢慢形成的。信念是依据过去的经验逐一证实的想法，这个想法经过愈多次的证实，信念就愈坚定。

有太多的推销员，接受正规的推销训练后都充满着要一展身手的欲念，很遗憾的是半数以上的推销员经过一个月，有的甚至一两个星期的实地推销后，沮丧挂在他们的脸庞，意志也变得相

当脆弱，训练时的雄心壮志及对成为一流推销员的憧憬似乎破灭了。

他们在推销训练课程中都有不错的表现，对于推销技巧也都有相当程度的领略，假以时日，应该可期待他们在推销的舞台上能有动人的演出，但结果却在走步的过程中受到严重的挫折，这些例子，不可胜数，实在令人万分惋惜，因而对那些目前在推销训练课程中结训的推销员，一定要记住下面这段话：“推销和其它任何伟大的工作一样，在你尝到甜美果实，享受自得与荣耀前，路途上有许多挫折与困难需要你克服，能够伴随你克服艰辛疲惫的利器就是你自己推销工作上所秉持的信念，课堂上虽然有一些成功专业推销员的成功信念写出来提供给你，但在你没有亲自逐步孕育、验证前，这些信念究竟仅停留在‘知’的阶段，你仍然无法拥有支持你成为一流专业推销员的成功秘诀——信念。因此，从现在这一时刻起，你就必须建立你自己的信念，这就是你成为杰出推销人才的秘诀。”

本妮丝是爱姆威公司 25 万多名推销员中仅有的 9 名“皇冠”级推销员之一。1975 年，她迎来事业上的一次辉煌：在华盛顿国会大厦举行的爱姆威经销商大会上，本妮丝向 3 万多名经销商发表讲话。因此，她被誉为“爱姆威第一夫人”。

“你知道，这是世界上最奇妙的生意，”本妮丝激动地说。“我们的爱姆威就像一个大家庭，每个推销员都是这个家庭中的一员，我们是地球上最富有激情、最积极乐观、最目标明确的一群人。”

本妮丝渴望成功，并且相信努力工作、身体力行就能心想事成。她回忆起刚刚出去推销的情景时说：

“一开始我的丈夫弗莱德自己出去推销，我只待在家里做些辅助工作，后来我终于亲自走上街头，面对面地向人们推销产品，我永远忘不了第一天的情况。当

时，我和弗莱德到库亚霍加瀑布区，他负责街那边，我负责街这边。在一户人家，一位妇女接待了我。记得当时我非常紧张，把笔都掉到门廊下了，只好借她的笔填写货单。这是我有生以来第一次把东西卖出去！我按捺不住内心的激动，对着从街对面一户人家走出来的弗莱德喊道，‘嘿，弗莱德，大功告成！’

当本妮丝向其他妇女推销她的产品时，她一再向她们强调这桩生意对她们的益处。你可以想像她的话对客户的影响，因为妇女们总是相信安全第一。另外，本妮丝的生意是很有家庭特点的，作为妻子，她始终知道生意的进展情况，因为她与丈夫是肩并肩一起工作。在其他行业里，妻子总是两眼一摸黑，一无所知。

“如果你像我一样坚定地信仰自己的事业，你自然就会拥有一种自信去说服人家也这样想。当我与一位妇女交谈并告诉她这是世界上最伟大的事业时，毫无疑问她能体会到我是真诚的。你知道，人们能够感觉到这种自信，而且为了更有效地作推销工作你必须拥有这种自信。”

今天本妮丝已经从爱姆威得到了她所想得到的一切，因此我们很容易理解她所拥有的自信。但是她指出，在事业创业之初特别需要一种积极向上的思维方式。她对能够在理查德和杰的羽翼下工作感到万幸，本妮丝相信他们所说的一切，因此对于他们的指示严格执行，一丝不苟。他们当时让本妮丝每天打 20 个电话，并且说如果一天打 20 个电话的话，里面肯定有 3、4 个人会同意意见她，而这 3、4 个人里可能有一个就会购买她的产品。结果事情的发展和他们所说的一模一样，这就使得本妮丝更加坚信自己

从事的事业。

曾经有一段时期，本妮丝的推销额急剧下降，甚至降到了原来的 $\frac{1}{3}$ 。她一度失去了斗志，甘愿向失败低头。不久本妮丝接到一个来自大拉皮兹的电话，说他们那儿都在打赌，赌她什么时候会退出这一行。

正是那个电话让本妮丝下定决心，重整旗鼓，她要让他们看看自己不是临阵脱逃之辈……本妮丝重新制定了策略，为了扼止住销售的滑坡，她决定亲自上街，增加零售的工作量。本妮丝的榜样起了作用，整个推销小组都被带动起来。几个月以后，本妮丝的销售终于升了上来，最终成为爱姆威的核心代理。对于这段经历，本妮丝感触颇深：

“尽管生活中充满了挫折，但是成功的秘诀在于首先树立目标，然后努力去完成这一目标。好多人从不树立目标，因为他们害怕自己无力完成，他们害怕挫折。我相信，不论是谁，总可以从挫折中吸取教训，更进一步。如果我们第一次努力而未能达到一个目标，75%的可能是第H次我们会如愿以偿——万事开头难。”

“你必须坦然面对一切挫折，如果你自暴自弃，那你注定失败。我们辛勤工作，因为我们知道要成功必须付出一定的代价，而我们愿意付出这一代价。最令人沮丧的事是当你花费无数时间、精力去做一个工作时，最终却无功而返。但是，即使遇到这种事，你最好耸耸肩，然后去做下一个工作。”

本妮丝与爱姆威的合作不仅仅是她们生命中的一章，这是一种持久的关系，充满了机遇和挑战，热情与成功。这一关系起始于她们生命中一无所有的时刻，但是她们有必胜的信念。她银行里没有存款，但她拥有积极向上的精神和黄金般的机遇。她依靠

自己的力量，赤手空拳去创造财富，享受安定的生活，陶醉于巨大的成就感。

伟大推销员的三种特质是：信念，爱心，技巧。注意，技巧排在第三，因为信念和爱心是法，技巧是术，法大于术。

惟有信念，才能助你走过漫长的推销生涯，直至最后的成功。



2

拥有推销的积极心态

一个成功的推销员，应该具备一股鞭策自己、鼓励自己的内动力。只有这样，才能在大多数人因胆怯而裹足不前的情况下，或者在许多人根本不敢参加的场合下大胆向前，向推销的高境界推进。

销售心态和销售技巧是销售成功的两大要素。销售技巧可以由不断的训练与学习中获得，但是正确的销售心态就要靠内心的自我体认才能达到效果。如果我们把销售心态和销售技巧分为内外因素来考虑，销售心态是销售人员的内在思维；销售技巧就是外在的行为。俗话说“江山易改，本性难移”，一个人的个性是经过长期培养而形成的，想要改变实在不容易。市面上有一些潜能训练的课程，虽然在接受训练时可以获得相当不错的效果，但若一段时间欠缺可供练习的环境，很快的就会忘记先前学习的成效，而回复到原来不良的习惯中。

因此，我们需要时常修正自己的想法和行为，藉以消除不良的习性与不当的处世态度，并强化正确的、积极的想法。

心态始于心灵，终于心灵。换句话说，你要想有持续完成任务的积极心态，首先就要有一种对成功的强烈渴望或需要。

对于成功的愿望和企图心永远是一个成功的推销员所必备的条件，他们对于销售他们的产品具有无比的动力和热诚，他们想